

Les athlètes ont également discuté avec les membres du Sous-comité des critères d'octroi de l'aide fédérale. Certains d'entre eux ont affirmé que l'application des normes internationales semblait essentielle dans leur discipline. D'autres croient qu'il faudrait instituer un nouveau mode de classement ou améliorer le système actuel. Des athlètes ont proposé que l'organisme national de chaque sport participe à l'établissement des critères d'attribution des brevets. Ils préféreraient que ce soit leur ONS, plutôt que Sport Canada, qui élabore les lignes directrices du PAA, car on aurait alors plus de latitude pour signer des engagements à long terme avec les athlètes, plutôt qu'à court terme, comme c'est le cas actuellement.

À la lumière des témoignages qui lui ont été livrés, le Sous-comité reconnaît qu'un nombre important d'athlètes de haut calibre parviennent maintenant à s'autofinancer, tandis que d'autres, pourtant talentueux et déterminés à atteindre l'excellence, ont vraiment besoin de recevoir une aide de base du gouvernement. Les membres du Sous-comité sont également d'avis que les organismes sportifs qui sont le plus près des athlètes sont peut-être mieux placés pour déterminer qui devrait recevoir de l'aide.

Le Sous-comité recommande donc :

- 23. Que l'octroi d'une aide financière aux athlètes relève des organismes nationaux de sport. Le financement devrait dépendre des capacités de l'athlète d'atteindre un niveau de performance supérieur, de ses besoins financiers et de son calibre (international aussi bien que national), d'après les critères établis par l'organisme national de sport visé.**

En plus de verser une aide directe aux athlètes, le gouvernement fédéral, par l'entremise de Sport Canada, subventionne la communauté sportive canadienne, notamment les organismes qui s'occupent d'un sport en particulier et certains organismes multidisciplinaires. Mais le financement du sport n'est que partiellement public; les ONS tirent également des revenus des conventions de parrainage, ainsi que de la vente des cartes de membres et de fournitures diverses.

La part de financement qui ne vient pas de l'État varie d'un organisme sportif à l'autre, en particulier parce que certains sports sont plus facilement commercialisables que d'autres. Le Conseil du marketing du sport a été créé pour aider les organismes à accroître leurs revenus de source non gouvernementale. Le Conseil aide les ONS dans leurs efforts de marketing, en donnant une formation appropriée à leur personnel, en entreprenant des études de faisabilité et en établissant pour eux des relations avec la population et les médias.