

BILAN PRÉLIMINAIRE DU PLAN D'ACTION
CIRCULATION DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC
Janvier 2017

Par Pierre-David Rodrigue, M.M.E.C.
Coordonnateur à la circulation de la musique et diffusion
(sous réserve d'approbation par le conseil d'administration du CQM)



Depuis 2012 : 1 008 048\$ en cachets confirmés, 124 133\$ d'aide à l'audace, 38 000 spectateurs, 274 représentations de musique de concert soutenues, 100 ensembles membres du Conseil québécois de la musique, 70 diffuseurs pluridisciplinaires, 55 conférences de développement de public, 49 tournées, 14 régions du Québec.

Toujours constructif. Les activités et les formations du CQM nous invitent à réfléchir à nos méthodes de travail et de communication dans un milieu encore plutôt conservateur. – Travailleur culturel

Le CQM m'aide à connaître mon identité artistique pour bien me « vendre ». J'ai énormément appris sur les réseaux de diffusion, ce qui m'aidera à connaître le milieu et bien m'y insérer. – Musicien

Grâce à Circulation et au CQM, nous avons changé notre façon de programmer la musique. Nous arrivons à programmer des ensembles moins connus du public et à tranquillement développer notre public pour la musique. – Diffuseur pluridisciplinaire



1908 Panet
Montréal, Québec
H2L 3A2
1-514-524-1310

www.cqm.qc.ca
www.circulationmusique.com

TABLE DES MATIÈRES

Objectifs du bilan	4
Sommaire exécutif	5
Étude de cas vidéo	6
Graphique I et II : Évolution de l'offre de représentations selon les disciplines artistiques	8
Historique de la problématique	6
Présentation de la méthodologie	9
Atteinte des quatre objectifs généraux	9
Atteinte des sept objectifs spécifiques	10
Mise à jour des freins à la circulation de la musique	14
<i>Analyse des ressources organisationnelles (à venir)</i>	
<i>Recommandations et plan d'action 2018-2021 (à venir)</i>	
Annexes	17
1. Résumé des principales actions	18
2. Quatre volets du service	20
3. Plateforme circulation de la musique	22
a. Résultats de la plateforme	23
b. Confirmations de concerts sur la plateforme	24
c. Répartition des concerts soutenus par style	25
4. Grand Rendez-vous de la musique	26
a. Participation au Grand Rendez-vous de la musique	27
b. Programmation des Grands Rendez-vous de la musique	28
5. Conférences d'initiation à la musique en tournée pour le grand public	29
6. Conférences d'initiation à la musique en tournée pour le développement professionnel des diffuseurs	29
7. Publication de modules d'initiation à la musique	30
8. Publication de documents didactiques pour la boîte à outils des producteurs	31
9. Diffuseurs lauréats de prix Opus	32
10. Ressources financières	33
11. Plan d'action 2012-2015	34
Sources	35

OBJECTIFS DU BILAN

Ce bilan réalisé à l'interne vise à évaluer l'atteinte des objectifs généraux et des objectifs spécifiques du plan d'action 2012-2015. Cette démarche permettra, entre autre, d'actualiser les sept freins à la circulation à la musique identifiés lors de la réflexion stratégique à l'origine du plan. Ces freins sont la pierre d'assise des actions du service Circulation de la musique au Québec.

Ce bilan permettra de mettre à jour la documentation du Conseil québécois de la musique (CQM) autour des problématiques de la tournée en musique de concert, afin d'enrichir la planification stratégique de l'organisme et de réaliser un nouveau plan d'action triennal du service Circulation de la musique au Québec.

Remerciements

Danielle Beauchemin, coordonnatrice à la formation continue, Conseil québécois de la musique

Dominic Trudel, directeur général, Conseil québécois de la musique

Filofteia Nita CPA CGA, comptabilité, Conseil québécois de la musique

Mélissa Fontaine, coordonnatrice des prix Opus, Conseil québécois de la musique

Nathalie Courville, coaching, présidente et directrice générale, Courville Communication Marketing

Pierre-David Rodrigue, M.M.E.C., coordonnateur circulation de la musique et diffusion, Conseil québécois de la musique

Sylvie Raymond, productrice des Grands Rendez-vous de la musique

Conseil des Arts de Montréal

Conseil des Arts et des Lettres du Québec

Compétences Culture

Emploi Québec

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Le présent rapport préliminaire fait état de l'atteinte des objectifs du plan d'action 2012-2015 Circulation de la musique au Québec par le CQM (voir en annexe). Le processus de validation de l'atteinte des objectifs comprenait le recensement des activités réalisées, l'analyse des statistiques de la plateforme www.circulationmusique.com, la compilation de témoignages et la réalisation d'une étude de cas vidéo.

Après cinq ans de mise en œuvre du service, nous observons que la problématique de la tournée demeure un enjeu prioritaire pour améliorer les conditions socio-économiques des musiciens et assurer le développement des ensembles musicaux québécois. Comme en théâtre et en danse, la tournée permet aux musiciens de rencontrer de nouveaux publics et de réaliser des économies d'échelles. Malheureusement, la reprise des concerts est un phénomène encore marginal en musique où bien souvent, les concerts ne sont joués qu'une seule fois.

Le plan d'action 2012-2015 a été mis en place avec succès. Les services offerts ont été réalisés en fonction des ressources financières (voir en annexe) et des ressources disponibles, en favorisant les stratégies ayant un impact direct sur l'augmentation du nombre de représentations en tournée. Les stratégies ayant un impact indirect n'ont pu être mises en place.

En résumé, depuis 2012, le CQM a réussi à :

- Développer un projet structurant et des partenariats en mobilisant le milieu des arts de la scène, le milieu de la musique et le milieu de la diffusion ;
- Favoriser la circulation des œuvres musicales au Québec en permettant la rencontre des musiciens et de leurs publics ;
- Augmenter le nombre de représentations de musique de concert au Québec, augmenter le cachet moyen versé aux ensembles et augmenter le nombre de représentations par tournée.

Tout en maintenant les actions déjà en place, le CQM est conscient que pour améliorer la tournée, il doit : être davantage présent en région, stimuler l'engagement des publics envers la musique, développer de nouvelles stratégies de partage d'expertise en programmation, et ce, tant au Québec qu'à l'étranger. Le CQM doit accompagner le milieu de la musique dans la mise en œuvre des nouveaux modèles qui influenceront le développement de la discipline. Le prochain plan d'action Circulation de la musique sera rédigé en fonction du financement et les ressources disponibles.

D'ores et déjà, la démarche de planifications stratégiques du CQM a permis de cibler de nouvelles actions à ajouter au service :

- Le soutien et la coordination de résidences musicales, d'activités de médiation culturelles et de développement de public en région ;
- Planification du développement du service d'aide à la Circulation de la musique au Canada et à l'international ;
- L'embauche d'une deuxième ressource humaine dédiée au service ;
- L'organisation d'événements structurants en région.

Lorsque ces actions supplémentaires seront mise en place, le CQM sera à même de contribuer activement au rayonnement de la musique de concert en répondant davantage aux besoins des milieux de la musique, de la diffusion et des publics.

Étude de cas vidéo : Entrevue avec la soprano Jacinthe Thibault

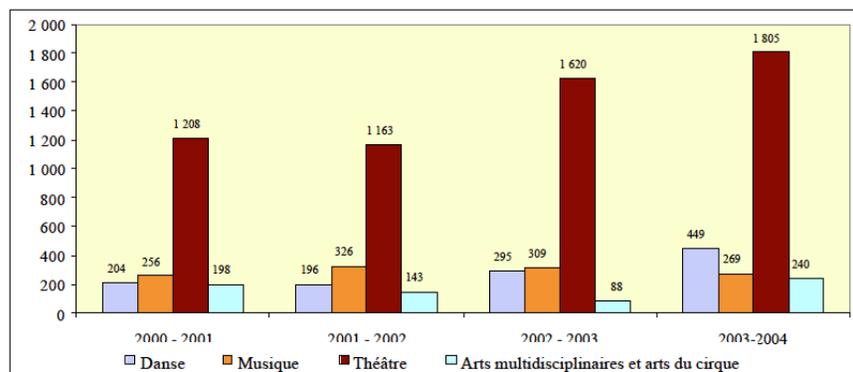
<https://www.youtube.com/watch?v=OVkor3YoAN8&feature=youtu.be>



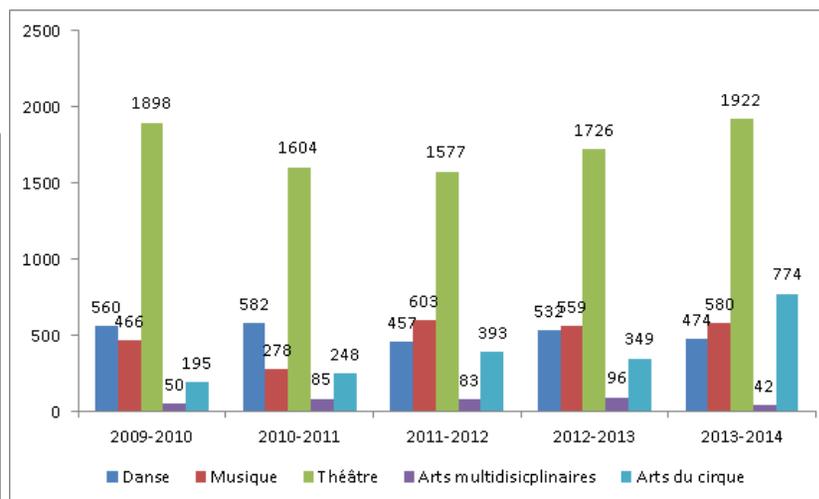
GRAPHIQUE I ET II ÉVOLUTION DE L'OFFRE DE REPRÉSENTATIONS PAR DISCIPLINE ARTISTIQUE

Augmentation de l'offre de représentation en musique :

De 2000 à 2004, le *Graphique I* démontre une moyenne de 290 représentations de musique. De 2009 à 2014, le graphique II démontre une moyenne de 497 représentations de musique. Ces graphiques démontrent une corrélation entre la mise en place du plan d'action du CQM en 2012 et une augmentation significative de l'offre de représentations en musique cette même année.



Graphique I 2000 à 2004¹



Graphique II 2009 à 2014²

¹ CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC, *L'économie des tournées québécoises en arts de la scène*, Constats du CALQ, numéro 10, 2006, 28 pages

² Mise à jour du graphique fourni par le CALQ, décembre 2016.

HISTORIQUE DE LA PROBLÉMATIQUE

En 2006, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) a publié un inquiétant constat³ qui démontrait un recul des tournées de musique sur le territoire québécois, alors que la circulation du théâtre et de la danse connaissait une croissance.

À l'époque, de nombreuses données démontrent que la musique de concert circule peu au Québec. Bien que plusieurs organismes en musique trouvaient un marché de diffusion à l'étranger, ces mêmes ensembles rejoignaient difficilement le public québécois. Le milieu de la musique a donc entrepris de concevoir des outils pour assurer une meilleure circulation de la musique sur le territoire québécois.

Indispensable au milieu musical québécois, la tournée était un enjeu majeur dans le développement de la discipline et une nécessité pour assurer la pérennité de plusieurs organismes. Pour favoriser la circulation de projets artistiques dans les réseaux de diffusion pluridisciplinaire, il devenait crucial de mettre en place des activités concrètes qui devaient avoir un impact direct sur la diffusion de la musique au Québec.

Soutenu depuis ses débuts par le Conseil des arts et des lettres du Québec et le ministère de la Culture et des Communications, le CQM a amorcé en 2008 des travaux visant à favoriser l'essor d'une présence de la musique et une croissance des publics en région sous le thème: *Vers une circulation de la musique au Québec*. Cette démarche s'est fait avec l'accompagnement de la consultante Françoise Bonnin qui a animé les travaux d'une table de concertation.

En juin 2010, le CQM convie le milieu de la diffusion et le milieu de la musique au premier Grand rendez-vous de la musique au Québec autour des problématiques de la circulation de la musique partout au Québec. Cet événement de formation d'envergure a été soutenu dans le cadre du Volet multirégional du Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC).

En juin 2012, lors du troisième Grand Rendez-vous de la musique, le CQM conclut ses travaux par le dépôt du Plan d'action 2012-2015 visant la création du service : Circulation de la musique au Québec. Ce plan prévoyait plusieurs actions définies selon 5 axes : le financement, le réseautage, le développement professionnel, le développement de public et la promotion. Les actions de ce service s'intègrent dans plusieurs autres services et activités du CQM. À titre d'exemple, un prix est maintenant remis aux diffuseurs pluridisciplinaires de l'année lors du gala Opus, pour reconnaître les efforts de promotion de la musique faits par le milieu de la diffusion. De plus, le service de la formation continue du CQM travaille en collaboration avec le service Circulation de la musique au Québec pour répondre aux besoins du milieu de la musique et du milieu de la diffusion.

³ CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC, *L'économie des tournées québécoises en arts de la scène*, Constats du CALQ, numéro 10, 2006, 28 pages

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE

Ce bilan comporte trois approches distinctes de cueillette des données. Cette méthodologie a permis d'obtenir une meilleure évaluation de l'atteinte des objectifs généraux et des objectifs spécifiques du plan d'action 2012-2015. Les données accumulées au cours des dernières années permettent d'observer l'évolution de la performance du service.

1. Recherche des données quantitatives internes et des données quantitatives externes ;
2. Données qualitatives et quantitatives externes. Exemples : formulaires d'évaluation, entrevues, témoignages ;
3. Études de cas en vidéo avec un artiste producteur.

ATTEINTE DES QUATRE OBJECTIFS GÉNÉRAUX DU PLAN D'ACTION

1. Favoriser la circulation des œuvres musicales sur le territoire québécois : ATTEINT

Plus **70 diffuseurs pluridisciplinaires** de **14 régions du Québec** participent au service et assurent ainsi une circulation des œuvres musicales sur le territoire québécois.

En 2004, le *Graphique I d'évolution de l'offre représentations*⁴ démontrait un ralentissement avec 269 représentations de musique en tournée. Dès 2012, le *Graphique II* démontre une augmentation significative au nombre de 603 représentations de musique en tournée au Québec. Cette augmentation est en corrélation avec l'implantation du plan d'action 2012-2015 Circulation de la musique au Québec. Ces résultats sont d'autant plus satisfaisant pour les membres du CQM, sachant que les statistiques de l'Observatoire de la culture et des communications⁵ démontrent que globalement, le nombre de représentations de musique au Québec a tendance à diminuer.

2. Permettre la rencontre des musiciens et de leurs publics : ATTEINT

Les **274 représentations** de concerts soutenus à l'aide à l'audace ont permis aux musiciens de jouer devant plus de **25 000 spectateurs**. Une cinquantaine de conférences ont permis d'initier plus de **3000 spectateurs** à la musique de concert.

⁵ OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS, *La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2014*, <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-42.pdf>, consulté en janvier 2017

3. Contribuer au développement de la connaissance et de l'appréciation de la musique de concert chez les diffuseurs pluridisciplinaires : ATTEINT

La participation fidèle des diffuseurs aux Grands Rendez-vous de la musique, aux formations continues, aux prix Opus et l'utilisation de la plateforme par 70 diffuseurs pluridisciplinaire sont la preuve de l'intérêt que les diffuseurs pluridisciplinaires portent à la musique de concert.

Lors de rencontres professionnelles, des diffuseurs nous ont signifié avoir changé leurs pratiques de programmation de la musique depuis leur participation à nos services. Ayant développé leur connaissance de la musique, ils sont à même de faire des choix artistiques et promotionnels plus éclairés.

Les formulaires d'évaluation remplis par les diffuseurs lors des Grands Rendez-vous de la musique ont permis de documenter que les activités et les publications du CQM sont utilisées non seulement par les diffuseurs participants à l'événement, mais aussi par les membres de leurs équipes.

4. Favoriser un échange de compétences et un partage des meilleures pratiques en communications, promotion et développement de public : ATTEINT

Les rencontres de programmation artistiques et les comités de sélection des vitrines du Grand Rendez-vous de la musique sont des occasions de partage d'information et de connaissance artistiques entre les diffuseurs pluridisciplinaires et les diffuseurs spécialisés.

Les problématiques développées dans le cadre des Grands Rendez-vous de la musique ont permis de former le milieu de la diffusion et le milieu de la musique aux meilleures pratiques de communication, promotion et en développement de public. Le CQM mandate des experts qui ne sont pas du milieu artistique pour donner ces formations. Ces experts sont initiés au milieu de la musique par la réalisation d'études de cas portant sur la diffusion de la musique. Ils développent ainsi une expertise en diffusion de la musique et sont par la suite très souvent engagés par les diffuseurs et les musiciens pour travailler sur des mandats dans leurs organisations. Le CQM contribue ainsi à former des formateurs et des experts pour le milieu artistique.

ATTEINTE DES SEPT OBJECTIFS SPÉCIFIQUES DU PLAN D'ACTION

1. Soutenir les diffuseurs qui présentent de la musique et encourager ceux qui n'en offrent pas à leur public, mais qui souhaitent le faire : PARTIELLEMENT ATTEINT

Le CQM soutient annuellement 40 diffuseurs qui programment des concerts de la plateforme www.circulationmusique.com. L'aide à l'audace qui est versée leur permet de programmer des concerts plus spécialisés. Bien que leur pratique de programmation se raffine et augmente grâce au CQM, la plupart de ces diffuseurs programmaient déjà de la musique. Nous avons beaucoup plus de difficulté à rejoindre les diffuseurs pluridisciplinaires qui n'ont jamais programmé de musique.

2. Soutenir et encourager le milieu de la musique dans ses démarches pour favoriser la circulation des musiques de concert sur l'ensemble du territoire québécois : ATTEINT

La plateforme, l'aide à l'audace, les événements de réseautage, les formations et la remise de prix sont des actions concrètes pour soutenir et encourager le développement du milieu de la musique. Le service offert par le CQM offre un accompagnement et des conseils en promotion de la musique. Ces services sont utilisés, tant par des ensembles établis, que par des musiciens de la relève. Il arrive également que des musiciens nouvellement arrivés utilisent le service pour découvrir les bases du milieu professionnel québécois.

3. Soutenir le dialogue entre les diffuseurs et les artistes en permettant la concertation entre les organismes de musique, les diffuseurs pluridisciplinaires et spécialisés et les réseaux de diffusion pluridisciplinaires. Renforcer les liens et approfondir la connaissance mutuelle des deux milieux : ATTEINT

Les rencontres de programmation et les comités entre diffuseurs pluridisciplinaires et diffuseurs spécialisés favorisent la connaissance mutuelle.

Les instances de concertations principalement comme le Groupe de travail de fréquentation des arts de la scène (GTFAS) et la Table de concertation sur les sorties culturelles en milieu scolaire du ministère de la Culture et des Communications (MCC) et du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) permettent de renforcer les relations entre les deux milieux.

En étant présent dans les événements de réseautage, le CQM joue un rôle de facilitateur entre les diffuseurs et le milieu de la musique.

Comme en témoigne la soprano Jacinthe Thibault dans son entrevue vidéo, le Grand Rendez-vous de la musique est une occasion exceptionnelle où le milieu de la diffusion et le milieu de la musique peuvent renforcer leur lien et approfondir leur connaissance mutuelle.

Le milieu de la diffusion et le milieu de la musique sont dans une relation commerciale où le rapport de force demeure inégal.

Dans un esprit de collégialité, le CQM établit des partenariats structurants et partage régulièrement des informations avec la Danse sur les routes du Québec et Les Voyagements, de même qu'avec les réseaux de diffusion et les associations en arts de la scène.

4. Favoriser l'augmentation de la présentation de spectacles et la diversité des répertoires présentés en musique de concert : PARTIELLEMENT ATTEINT

Les statistiques de la plateforme, les rapports de réclamation d'aide à l'audace et les graphiques d'évolution de l'offre de représentation indiquent une augmentation du nombre de spectacles de musique de concert chez les diffuseurs pluridisciplinaires. À cet effet, les actions du CQM portent fruit.

Cependant, la diversification des répertoires présentés en musique de concert demeure un enjeu important. Bien que la musique classique et le jazz trouvent un public satisfaisant, nous ne pouvons pas en dire autant de la musique du XX^e-XXI^e siècle, de la musique du monde et de l'art vocal qui ont des enjeux spécifiques.

En ayant l'appui financier et moral du CQM, des diffuseurs témoignent avoir plus de facilité à convaincre leur conseil d'administration ou leur comité de programmation de s'aventurer vers des propositions plus audacieuses. Il reste encore beaucoup à faire pour développer l'engagement du public et des décideurs envers les musiques de concert, si nous voulons assurer une réelle diversité des pratiques musicales.

5. Contribuer à l'augmentation des revenus de tournée pour le milieu de la musique, et à l'amélioration de son organisation, de ses connaissances et de ses pratiques de mise en marché : ATTEINT

Les statistiques d'utilisation de la plateforme démontrent une augmentation des cachets versés aux musiciens par les diffuseurs. De plus, le CQM facilite et stimule le processus d'achat de la musique par les diffuseurs par diverses actions qui permettent d'avoir de nouveaux contrats ou plus d'engagements pour le même concert.

En nous appuyant sur l'amélioration de la qualité des fiches techniques déposées sur la plateforme, nous pouvons démontrer que les compétences des musiciens en organisation de tournée ont évolué. Nous avons aussi été témoins de la professionnalisation de plusieurs nouveaux agents et de musiciens qui ont utilisé nos services. Ils ont découvert les bonnes pratiques de mise en marché dans les réseaux de diffusion et ils sont maintenant présents dans les événements contact, comme la Bourse RIDEAU ou la Rencontre d'automne du ROSEQ par exemple. L'organisation de tournées et la mise en marché ne font pas partie de la formation initiale des musiciens, il demeure donc pertinent de continuer cet accompagnement pour les nouveaux joueurs.

6. Intégrer les actions de développement de public⁶ et de médiation culturelle⁷ comme activités faisant partie intégrante de la présentation de concerts : PARTIELLEMENT ATTEINT

Le CQM est partenaire d'une chaire de recherche de l'Université de Montréal, le Développement des publics de la musique au Québec (DPMQ), qui travaille à documenter et analyser l'efficacité des activités de développement de public au Québec. À titre d'exemple, nous collaborons à la diffusion et à la mise en

⁶ Selon le site Maître diffuseur, le sens spécifique du terme développement de public englobe les « actions stratégiques visant à accroître et à diversifier le public sur un territoire délimité. Elles font appel à la segmentation du marché et à l'appariement de l'activité de diffusion avec son ou ses publics cibles. »

Selon cette même source, le sens générique du terme développement de public réfère à un « processus visant à stimuler l'intérêt de la collectivité ou des segments de celle-ci aux arts vivants.

Ce processus peut inclure plusieurs étapes, notamment :

- 1) Identifier, informer, rechercher, joindre et intéresser un nouvel auditoire par des activités précises de promotion, des études de marché, l'établissement de profils d'auditoires et la création de contacts au sein de secteurs donnés de la collectivité. Ex. : procéder à un sondage pour identifier les personnes dans une communauté donnée qui s'intéressent aux arts de la scène, et les moyens de les joindre.
- 2) Une fois l'auditoire identifié et intéressé, lui faire connaître et apprécier des disciplines artistiques ou des formes particulières d'art, lui présenter de nouveaux artistes ou de nouvelles disciplines et veiller à le doter d'outils pour mieux aborder les oeuvres. Ex. : offrir des conférences publiques, des tables rondes, des discussions de groupe avant ou après un spectacle, des ateliers ouverts au public, des démonstrations, des répétitions publiques et d'autres formes de contact entre l'artiste professionnel et la communauté.

Les termes développement de l'auditoire et développement de public sont des synonymes. Ces termes sont largement usités dans le sens générique défini plus haut. »

Source : Maître diffuseur, *Lexique*, http://www.maitrediffuseur.ca/pages/fr/GPDP_Menu3.asp

Consulté le 13 septembre 2016

⁷ Bien que la médiation culturelle puisse contribuer au développement de public, son objectif va au delà de l'augmentation de l'auditoire. En se différencie en ciblant des enjeux sociaux tels que l'éducation artistique, l'inclusion sociale, l'éducation populaire ou encore l'ancrage dans les communautés. « Plus largement, les projets de médiation culturelle s'inscrivent dans **une perspective de changement** des conditions de vie sur le plan personnel, collectif ou social, de développement culturel des communautés, de transformation des rapports sociaux et de production de nouvelles formes du vivre-ensemble. En cela, la médiation culturelle rejoint les objectifs transversaux de développement tels qu'inscrits dans l'Agenda 21 de la Culture. »

Source : *Qu'est-ce que la médiation culturelle ?* Montréal Médiation Culturelle, <http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/>

Consulté le 13 septembre 2016.

application des savoirs, entre autres sur : le développement du goût musical, les enjeux de découvrabilité de la musique, ou encore le développement de public en salle à l'ère du référencement numérique.

Les tournées de conférences d'initiation à la musique demeurent un outil de développement de public pertinent pour la tournée musicale. La création de ces contenus a été financée par le CQM et les coûts de diffusion sont entièrement assumés par les diffuseurs.

Nous savons que pour arriver à développer un réel engagement du public envers la musique de concert, il est impératif de déployer des stratégies d'actions culturelles supplémentaires comme les médiations culturelles et les résidences musicales qui étaient prévues au plan d'action, mais qui n'ont pas été réalisées, faute de financement.

7. Soutenir et encourager l'offre et les actions auprès du jeune public et du public scolaire.

Le CQM encourage et appui la musique pour le jeune public en réunissant une table de concertation jeune public, en siégeant sur le Comité sortie scolaire en milieu culturel du ministère de la Culture et de l'Éducation et en réalisant des sondages sur l'état de la diffusion jeune public.

Le CQM donne une aide à l'audace pour au moins une tournée par année, mais il n'existe pas d'initiative spéciale pour le jeune public.

En novembre 2016, le CQM a déposé un mémoire au ministre Sébastien Proulx dans le cadre des consultations publiques sur la réussite éducative menées par le ministère de l'Éducation du Sport et du Loisir.

Le renouvellement des publics de la musique de concert passe par l'initiation à la pratique de la musique, mais aussi par la découverte du concert par les jeunes.

MISE À JOUR DES SEPT FREINS⁸ À LA CIRCULATION DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC

1. Connaissance mutuelle, réseautage et concertation ;
2. Un important besoin de formation de part et d'autre sur les réalités de la tournée ;
3. Des freins sur les réalités de la tournée, sur les aspects techniques et sur la mise en marché ;
4. Le marché : la compétition ;
5. La programmation ;
6. Le développement de public ;
7. Le financement.

1. Connaissance mutuelle, réseautage et concertation

- **Il y a méconnaissance de la réalité des uns et des autres** : désormais, les diffuseurs et les musiciens se connaissent, maintenant nous devons entretenir cette relation.
- **Il y a un manque d'opportunité de rencontres** : les opportunités sont nombreuses, mais cela est souvent trop dispendieux.
- **On remarque des préjugés de part et d'autre** : les préjugés demeurent, mais on sent de plus en plus d'ouverture mutuelle.
- **Le milieu de la musique n'a pas développé de projet particulier avec les diffuseurs pluridisciplinaires** : le service Circulation de la musique du CQM a pris ce rôle.
- **Le milieu musical est composé d'une multitude de petits diffuseurs spécialisés dans un répertoire ou tournés vers un instrument** : il demeure très complexe de créer des liens entre la diffusion spécialisée en musique et la diffusion pluridisciplinaire.
- **Le milieu de la musique ne s'est pas positionné dans les réseaux de diffusion pluridisciplinaire. Il a plutôt choisi jusqu'à présent de se produire dans le cadre d'événements spécialisés, en parallèle à ceux des diffuseurs et qui rejoignent des millions de spectateurs** : l'autodiffusion en musique par les organismes et les événements spécialisés demeurent le principal canal de diffusion de la musique de concert.
- **Les uns et les autres considèrent comme un frein majeur l'absence de dialogue, d'occasions de rencontres et la méconnaissance de part et d'autre** : le service Circulation de la musique du CQM a pris ce rôle.

2. Un important besoin de formation de part et d'autre

- **Méconnaissance de la musique chez la plupart des diffuseurs** : les diffuseurs qui participent aux services ont développé leurs connaissances, mais la musique est une discipline très complexe. De plus, le renouvellement des diffuseurs nécessite un travail constant.

⁸ Les freins à la circulation sont en fait, des barrières à l'entrée, des enjeux, des obstacles qui proviennent du milieu, mais qui font partie de l'écologie du milieu.

- **Manque de connaissance en gestion de carrière pour les musiciens** : les musiciens qui participent aux services ont développé leurs connaissances, mais l'arrivée de nouveaux musiciens nécessite un travail constant.
- **Manque de connaissance des principes de la mise en marché de part et d'autre** : bien que le milieu démontre une amélioration, nous observons sans cesse de nouveaux enjeux, surtout en lien avec le numérique.

3. Des freins sur les réalités de la tournée, sur les aspects techniques et sur la mise en marché

- **Peu de connaissance et d'expérience de la réalité de la tournée chez les musiciens et les producteurs** : cette dimension du métier de musicien ne fait pas partie de la formation initiale. Le travail d'un organisme comme les Jeunesses musicales du Canada permet de former les musiciens de la relève à la tournée.
- **Manque de connaissance au niveau des communications de part et d'autre, inadéquation ou absence d'affiches, de belles photos, de dossiers de presse et de matériel audio ou vidéo permettant la promotion médiatique** : la qualité du matériel promotionnel demeure un enjeu.
- **Manque de connaissance des principes de la plantation, les fiches techniques, les micros, le plan d'éclairage** : demeure un enjeu.
- **Manque de ressources humaines de part et d'autre** : demeure un enjeu.

4. Le marché et la compétition

- **Les orchestres : Prépondérance des orchestres dans les régions, notamment auprès des milieux d'affaires** : demeure un enjeu.
- **Pressions de certains orchestres régionaux par crainte de fragmentation de leur marché** : demeure un enjeu.
- **Les conservatoires : Séries gratuites données par le conservatoire local** : demeure un enjeu.
- **Les jeunesses musicales (JMC) : Programmer les jeunesses musicales semble être la solution qui permet à certains diffuseurs d'offrir une programmation en musique. Cette solution, notamment en ce qui a trait à l'aspect financier, permet à ceux qui sont moins familiers avec la musique, ou moins enclins à prendre des risques, à en programmer** : le succès des JMC demeure un enjeu, dans l'environnement concurrentiel, cependant, les JMC sont aussi un levier important pour la promotion de la musique et pour la professionnalisation des musiciens. Entre autres, les JMC collaborent à certaines formations données au CQM. Bien qu'ils occupent une place importante du marché, les JMC devraient être identifiés comme une opportunité et une force qui peut contribuer à développer les compétences des musiciens et des diffuseurs en lien avec la circulation.
- **Les petits ensembles se retrouvent sur les platebandes des jeunesses musicales et n'ont d'autre choix que de tourner dans des circuits indépendants** : demeure un enjeu.
- **Les diffuseurs spécialisés** : demeure un enjeu.
- **La rivalité entre Montréal, Québec et les régions** : demeure un enjeu.

5. La programmation

- **Croyance que les productions en musique ne sont pas conçues de façon appropriée pour s'adapter au contexte** : ne semble plus être un enjeu.
- **Manque de relations de confiance entre diffuseurs et producteurs pour construire une programmation ensemble** : demeure un enjeu.
- **Manque de renouvellement musical (programmes similaires présentés par les différents organismes dans une même saison)** : même si l'on observe une ouverture, cela demeure un enjeu.
- **Manque de flexibilité des plus gros ensembles pour modifier leur programmation lorsque le diffuseur le demande** : demeure un enjeu.
- **Problèmes liés aux contrats d'exclusivité géographique des diffuseurs et des radios** : demeure un enjeu documenté par l'annulation de confirmation de concerts sur la plateforme suite à des conflits d'exclusivité.

6. Le développement de public

- **Le protocole de présentation des musiciens ne facilite pas le lien avec le public** : certains ensembles ont fait évoluer le protocole, les diffuseurs sont mieux outillés pour informer les publics, mais le protocole demeure un enjeu inhérent à la musique de concert.
- **Les diffuseurs ne disposent pas des outils leur permettant de développer le public** : peu de professionnels sont formés au développement de public pour la musique. Avec la création en 2016 d'un diplôme d'études supérieures spécialisées en développement de public pour la musique par le DPMQ à l'Université de Montréal, cette situation devrait changer au cours des prochaines années.
- **Les diffuseurs manquent de connaissance de la réalité musicale, des conventions historiques, du décorum de certains styles** : les diffuseurs sont maintenant conscients des conventions et du décorum.
- **On constate une absence de ressources permettant l'accès à du personnel spécialisé en développement de public** : demeure un enjeu.

7. Le financement

- **On note un manque de ressources de part et d'autre pour développer des contacts et des liens permettant de faire un travail en profondeur** : très peu de diffuseurs et d'ensemble sont capable de financer les activités de développement de public et de médiation culturelle, ainsi ces activités n'ont lieu que dans le cadre de projets spéciaux. L'accès aux programmes de financement des actions culturelles est inéquitable d'une région à l'autre, et même d'une ville à l'autre. La rémunération des artistes pour la réalisation des activités de développement de public et le financement des coûts de déplacement sont un obstacle important.
- **La musique de concert est une offre à risque et la crainte de déficit sur les spectacles pousse les diffuseurs à programmer des concerts offerts à moindre coût ou à facture populaire** : les rapports de réclamation d'aide à l'audace nous démontrent que les revenus de billetterie et l'aide à l'audace ne couvrent même pas le cachet versé aux ensembles pour une représentation. Nous observons que pour une même tournée, un ensemble peut générer des revenus de billetterie extrêmement différents d'une salle à l'autre, et ce, indépendamment du bassin de population du diffuseur.

ANNEXES

ANNEXE 1 RÉSUMÉ DES PRINCIPALES ACTIONS

2008-2009

- Étude pour déterminer les freins spécifiques de la circulation de la musique : présentation des résultats de l'étude lors des bourses RIDEAU et ROSEQ ainsi qu'à l'assemblée générale du CQM.

2009-2010

- Atelier d'information pour les membres du CQM : Regard sur les réseaux de diffusion du Québec, septembre 2010.
- Lancement d'un nouveau prix Opus : Diffuseur pluridisciplinaire de l'année.
- Premier Grand rendez-vous de la musique, 2, 3, et 4 juin 2010.

2010-2011

- Création d'un réseau d'affinités composé de 45 diffuseurs pluridisciplinaires et première rencontre avec une vingtaine de participants du réseau.
- Second Grand Rendez - vous de la musique, 8 et 9 juin 2011.

2011-2012

- Rédaction du plan d'action 2012-2015 Circulation de la musique au Québec.
- Début du service Circulation de la musique au Québec et création d'un poste de coordonnateur pour ce service.
- Conception d'un modèle de formations d'initiation à la musique accompagnées de publications.
- Troisième Grand Rendez - vous de la musique, 6 et 7 juin 2012.

2012-2013

- Mise en ligne de la Phase I et II de la plateforme www.circulationmusique.com qui comporte un catalogue d'offre de concert interactif qui accompagne les diffuseurs dans leur processus de programmation.
- Présentation du service dans les réseaux de diffuseurs : Accès Culture, Diffusion Inter Centre, Objectif Scène, Réseau Scènes et ROSEQ.
- Conférences d'initiation aux styles musicaux dans les réseaux de diffuseurs : Accès Culture, Objectif Scène, Réseau Scènes et ROSEQ.
- Quatrième Grand Rendez-vous de la musique, 5 et 6 juin 2013.

2013-2014

- Première tournée circulation de la musique au Québec : 31 diffuseurs reçoivent de l'aide à l'audace pour présenter 57 représentations.
- Rencontre de programmation pour les diffuseurs.

- Conférences d'initiation aux styles musicaux pour les diffuseurs dans les réseaux : Accès Culture et Objectif Scène.
- Développement de public : 28 conférences d'initiation aux styles musicaux en tournée au Québec.
- Cinquième Grand Rendez-vous de la musique, 27 et 28 mai 2014.

2014-2015

- Mise en ligne de la Phase III qui comporte un calendrier, une boîte à outils, un module d'inscription en ligne et un module interactif d'initiation aux styles musicaux.
- Tournée soutenue par Circulation de la musique au Québec : 35 diffuseurs reçoivent de l'aide à l'audace pour présenter 66 représentations.
- Rencontre de programmation pour les diffuseurs.
- Conférences d'initiation aux styles musicaux pour les diffuseurs dans les réseaux : Accès Culture et ROSEQ.
- Développement de publics : série de 11 conférences d'initiation aux styles musicaux en tournée au Québec.
- Partenariat avec le projet de recherche Développement des publics de la musique au Québec (DPMQ).
- Sixième Grand Rendez-vous de la musique, 3 et 4 juin 2015.

2015-2016

- Tournée soutenue par Circulation de la musique au Québec : 38 diffuseurs reçoivent de l'aide à l'audace pour présenter 77 représentations.
- Diminution de l'aide à l'audace à 15% des cachets.
- Sondage diffusion jeune public.
- Développement de publics : séries de conférences d'initiation aux styles musicaux en tournée au Québec.
- Partenariat entre l'Agence Boulev'Art et le Conseil québécois de la musique pour la promotion des conférences d'initiation à la musique.
- Septième Grand Rendez-vous de la musique, 1^{er} et 2 juin 2016.

2016-2017

- Tournée soutenue par Circulation de la musique au Québec : 41 diffuseurs reçoivent de l'aide à l'audace pour présenter 76 représentations.
- Développement de publics : séries de conférences d'initiation aux styles musicaux en tournée au Québec.
- Bilan du plan d'action 2012-2015
- Table ronde jeune public à la Bourse RIDEAU
- Partenariat avec Réseau Centre : Formation sur l'image de marque et le storytelling.
- Formation d'initiation à la musique du monde pour le réseau Accès Culture.
- Partenariat avec le colloque international Musimorphose.
- Huitième Grand Rendez-vous de la musique, 7 et 8 juin 2017.

ANNEXE 2

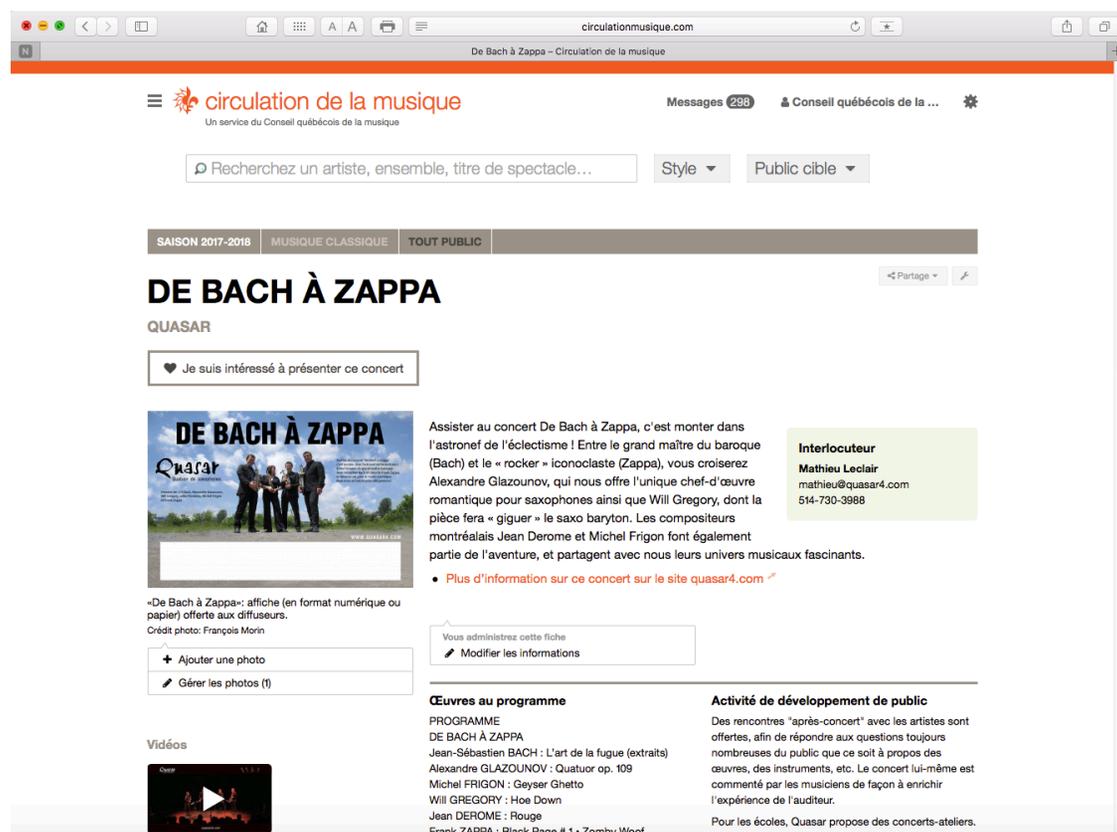
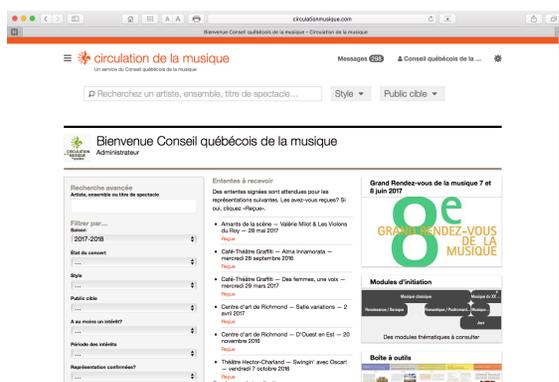
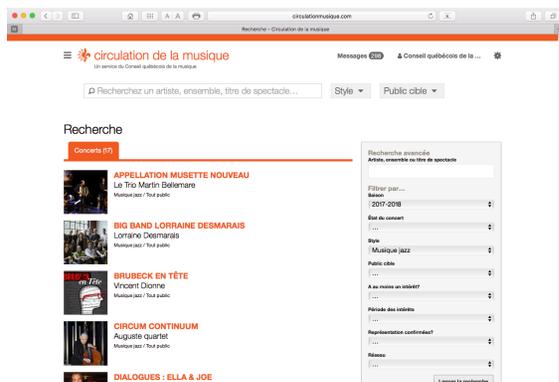
QUATRE VOLETS DU SERVICE	Actions en cours	Actions à ajouter pour compléter le plan d'action
Développement des publics	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariat DPMQ - Causeries musicales 	<ul style="list-style-type: none"> - Soutien et coordination de résidences - Soutien de médiations culturelles - Soutien au développement de public
Plateforme www.circulationmusique.com	<ul style="list-style-type: none"> - Aide à l'audace - Partenariats avec les réseaux de diffusion <ul style="list-style-type: none"> o Échange d'informations et de services o Participation aux événements - Animation du réseau social <ul style="list-style-type: none"> o Comité de sélection o Comité de programmation - Conseils en promotion et mise en marché - Participation aux événements de réseautage <ul style="list-style-type: none"> o ROSEQ o Bourse RIDEAU o Paroles de diffuseurs paroles d'artistes o Rencontre ADISQ o Rencontre Accès Culture o CINARS 	<ul style="list-style-type: none"> - Partage des données par la création d'un API - Traduction de la plateforme - Traduction de la boîte à outils
Formation continue	<ul style="list-style-type: none"> - Les clés d'une communication efficace sur scène - Les bases de données au service de vos actions marketing, <i>Gagner et fidéliser ses publics</i> - Rédaction promotionnelle d'une offre de concert – Comment sortir du lot ! - La vidéo promotionnelle pour mieux vendre son concert - Le concert adapté au jeune public : ce qu'il faut 	<ul style="list-style-type: none"> - Streaming et métadonnées pour la diffusion des concerts en salle - Réinventer la résidence musicale

	<p>savoir !</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les réseaux de diffusion et mon positionnement - Vendre, mais à quel prix ? - Votre image de marque et l'art de raconter votre histoire - Devis technique : L'art de bien évaluer et communiquer vos besoins 	
Grand Rendez-vous de la musique	<ul style="list-style-type: none"> - Réseautage entre diffuseurs et producteurs - Vitrines de concert - Formation continue - Formation en promotion, booking, communication et marketing pour la musique - Initiation à la musique pour les diffuseurs 	- Réalisation du Grand Rendez-vous en région

ANNEXE 3 Plateforme

La plateforme www.circulationmusique.com est un catalogue d'offre de concert des membres du CQM conçus pour les diffuseurs. Cet outil numérique est intégré à une stratégie de marketing relationnel d'accompagnement des diffuseurs dans leur processus d'achat des concerts.

La programmation de la plateforme par l'équipe de Jean-François Denis à Diffusion | Média a été rendu possible grâce à la Mesure pour le développement numérique du CALQ. Nous remercions La Danse sur les routes du Québec et Les Voyagements pour leurs conseils lors de la conception de cet outil.



ANNEXE 3.A

RÉSULTATS DE LA PLATEFORME CIRCULATION DE LA MUSIQUE				
	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Concerts déposés	133	150	151	127
Concerts soutenus	11	12	14	12
Représentations soutenus	55	66	77	76
Diffuseurs soutenus	30	35	38	41
Moyenne de représentations par concerts	5	5,5	5,5	6,33
Moyenne de représentations par diffuseurs	1,83	1,89	2,02	1,85
Total des cachets versés	142 968\$	169 950\$	n/d	n/d
Cachet moyen	2595 \$	2618 \$	3171 \$	3689 \$
Billetterie totale des concerts soutenus	101 524 \$	n/d	n/d	n/d
Aide à l'audace⁹	20% = 26 753 \$	20% = 32 220 \$	15% = 32 660 \$	15% = 32 500 \$

⁹ Pour obtenir un soutien à l'audace, un concert doit être présenté en tournée :

- Un minimum de 3 représentations avec billetterie payante ;
- Chez 3 diffuseurs différents ;
- Situés dans 3 villes différentes (à l'extérieur de la ville de résidence du producteur) ;
- Dans une période raisonnable qui représente une tournée.

ANNEXE 3.B

CONFIRMATIONS DE CONCERTS SUR LA PLATEFORME					
	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	TOTAL
Concerts avec 1 confirmation et +	17	19	31	28	95
Concerts avec 3 confirmations et +	11	12	17	12	52
Représentations confirmées	66	73	117	99	355
Représentations confirmées soutenues	55	66	77	76	274

ANNEXE 3.C

RÉPARTITION DES CONCERTS SOUTENUS PAR STYLE SUR LA PLATEFORME						
	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	Moyenne annuelle	Total
Concerts soutenus	11	12	14	12	12,25	49
Art vocal	0	0	3	2	1,25	5
Musiques du monde	1	3	0	2	1,5	6
Musique XX ^e et XXI ^e siècle	3	1	0	0	1	4
Jazz	4	3	1	3	2,75	11
Musique classique	3	5	10	5	5,75	23
Jeune public	1	2	1	0	1	4
Tout public	10	10	13	12	11,25	45

ANNEXE 4 GRAND RENDEZ-VOUS DE LA MUSIQUE

Un événement incontournable qui réunit les diffuseurs et les musiciens de toutes les régions, qui veulent travailler ensemble au rayonnement de la musique de concert partout au Québec



Crédit photo Anis Hammoud

7^e GRAND RENDEZ-VOUS DE LA MUSIQUE
CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE DE MONTRÉAL

1^{er} ET 2^e JUILLET 2015

180 PROFESSIONNELS DE LA MUSIQUE ET DE LA DIFFUSION
40 MUSICIENS SUR SCÈNE
13 RÉGIONS DU QUÉBEC
6 VITRINES

« Cette formation est l'occasion pour mieux expliquer la programmation et pour évaluer et analyser nos actions promotionnelles. »
— Diffuseur grand-régionnaire

« Le contenu est applicable dès aujourd'hui. » — Musicien

« Cette formation me servira auprès des artistes que j'accompagne. »
— Travailleur culturel

« Cette formation me servira dans le volet de mes productions pour le tournee. »
— Musicien

INSCRIPTION EN LIGNE AU WWW.COM.QC.CA | PLACES LIMITÉES | POSSIBILITÉ D'AIDE FINANCIÈRE AU DÉPLACEMENT
RENSEIGNEMENTS : CIRCULATION@COM.QC.CA | 514 524-1310, POSTE 2

Logos: CALO, Conseil québécois de la musique, Québec 2015, 100 ans de la musique, COM, Gouvernement du Québec, DÉPARTEMENT DE LA CULTURE

ANNEXE 4.A

Participation aux Grands Rendez-vous de la musique					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Total de participants	132	170	186	161	161
Diffuseurs	33	25	27	36	22
Milieu de la musique	48	77	91	72	73
Formateur, experts et musiciens démonstrateurs	29	35	30	17	28
Autres participants	22	33	38	35	38
Répartition régionale	13 régions	13 régions	12 régions	13 régions	14 régions
	Bas-Saint-Laurent Capitale-Nationale Centre-du-Québec Chaudière-Appalaches Estrie Gaspésie Lanaudière Laurentides Laval Mauricie Montérégie Montréal Saguenay-Lac-Saint-Jean	Bas-Saint-Laurent Capitale-Nationale Centre du Québec Chaudière-Appalaches Côte-Nord Estrie Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine Laval Lanaudière Laurentides Mauricie Montérégie Montréal	Bas-Saint-Laurent Capitale-Nationale Centre du Québec Chaudière-Appalaches Côte-Nord Estrie Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine Lanaudière Laval Montérégie Montréal Saguenay-Lac-Saint-Jean	Bas-Saint-Laurent Capitale-Nationale Centre du Québec Chaudière-Appalaches Côte-Nord Estrie Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine Lanaudière Laval Mauricie Montérégie Montréal Saguenay-Lac-Saint-Jean	Bas-Saint-Laurent Capitale-Nationale Centre du Québec Chaudière-Appalaches Côte-Nord Estrie Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine Lanaudière Laurentides Laval Mauricie Montérégie Montréal Saguenay-Lac-Saint-Jean

ANNEXE 4.B

Programmation des Grands Rendez-vous de la musique					
2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
<i>Les réseaux de diffusion et mon positionnement</i>	<i>Les réseaux de diffusion et mon positionnement</i>	<i>Les réseaux de diffusion et mon positionnement</i>	<i>Les Réseaux de diffusion et mon positionnement</i>	<i>Les Réseaux de diffusion et mon positionnement</i>	<i>Métadonnées du concert</i>
<i>Initiation à la musique vocale</i>	<i>Initiation aux musiques du Monde</i>	<i>Les 8 clés du publicitaire pour mieux vendre la musique de concert</i>	<i>Initiation aux musiques jazz du Québec</i>	<i>Votre image de marque et l'art de raconter votre histoire</i>	<i>« Streaming live » du concert</i>
<i>Initiation à la musique jazz</i>	<i>Initiation aux musiques romantique et postromantique</i>	<i>Initiation aux musiques modernes 1900 à 1945</i>	<i>Initiation à la musique du XVIII^e siècle : le Classique</i>	<i>Initiation aux musiques médiévales</i>	<i>Développement de public et musique de jeux vidéo</i>
<i>Initiation à la musique classique</i>	<i>Conception d'une activité de développement de public</i>	<i>Initiation aux musiques Renaissance et Baroque</i>	<i>Vendre la musique de concert au Québec : à quel prix et où ?</i>	<i>Introduction aux spécificités de la musique pour le jeune public</i>	<i>Développement du goût musical, référencement numérique et fréquentation du concert</i>
<i>Initiation à la musique XX^e</i>	<i>Ma proposition de concert : comment sortir du lot</i>	<i>Gagner et fidéliser son public : Les bases de données au service de vos actions marketing</i>	<i>Vendre, mais où ? – Les marchés de la musique au Québec</i>	<i>Table ronde : État des travaux du milieu de la musique sur la diffusion numérique</i>	
	<i>Table ronde sur la valeur de l'Art</i>	<i>Vitrines</i>	<i>Présentation du DPMQ</i>	<i>Vitrines</i>	
	<i>L'art de bien évaluer ses besoins techniques de concert ou de spectacle</i>		<i>Vitrines</i>		
	<i>La vidéo promotionnelle du concert</i>				

ANNEXE 5

Conférences d'initiation à la musique en tournée pour le grand public					
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Nombre de conférences	4	28	11	6	6
Répartition régionale	1 région	10 régions	5 régions	2 régions	3 régions

ANNEXE 6

Conférences d'initiation à la musique en tournée pour le développement professionnel des diffuseurs					
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Réseaux de diffuseurs	Accès Culture : XX ^e Objectif Scène : Jazz Réseau Scène : XX ^e ROSEQ : Jazz	Accès Culture : Romantique Objectif Scène : Classique	Accès Culture : Jazz ROSEQ : Classique	Aucune	Accès Culture : Musique du monde

ANNEXE 7

Publication de modules d'initiation à la musique				
2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
<i>Initiation à la musique vocale</i>	<i>Initiation aux musiques du Monde</i>	<i>Initiation aux musiques modernes 1900 à 1945</i>	<i>Initiation aux musiques jazz du Québec</i>	<i>Initiation aux musiques médiévales</i>
<i>Initiation à la musique jazz</i>	<i>Initiation aux musiques romantique et postromantique</i>	<i>Initiation aux musiques Renaissance et Baroque</i>	<i>Initiation à la musique du XVIII^e siècle : le Classique</i>	
<i>Initiation à la musique classique</i>				
<i>Initiation à la musique XX^e</i>				



Initiation à la musique classique

[Télécharger \(pdf\)](#)



Initiation aux musiques de la Renaissance et Baroque

[Télécharger \(pdf\)](#)



Initiation à la musique du XVIII^e siècle: le classique

[Télécharger \(pdf\)](#)



Initiation aux musiques romantique et postromantique

[Télécharger \(pdf\)](#)

ANNEXE 8

Publication de documents didactiques pour la boîte à outils des producteurs ¹⁰				
2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Carte des réseaux de diffusion	Conception d'une activité de développement de public	Les bases de données au service de vos actions marketing	Vendre, mais à quel prix?	L'image de marque et les archétypes
Tableau des temps forts de la diffusion	La communication de son offre de concert	Les 8 clés du publicitaire pour mieux vendre la musique de concert		
	Le devis technique d'un concert ou d'un spectacle			



Les réseaux de diffusion

📄 Télécharger (pdf)



Les temps forts de la diffusion

📄 Télécharger (pdf)



La conception d'une activité de développement de public en musique

📄 Télécharger (pdf)



Le devis technique d'un concert ou spectacle

📄 Télécharger (pdf)



La communication de son offre de concert

📄 Télécharger (pdf)



Les 8 clés du publicitaire pour mieux vendre la musique de concert

📄 Télécharger (pdf)



Les bases de données au service de vos actions marketing

📄 Télécharger (pdf)



L'image de marque et les archétypes

📄 Télécharger (pdf)

¹⁰ Ces documents ont été conçus dans le cadre de formations données au Grand Rendez-vous de la musique. Pour consulter les publications de la boîte à outils en format PDF : <http://www.circulationmusique.com/outils>

ANNEXE 9

Diffuseurs lauréats d'un prix Opus					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Diffuseur pluridisciplinaire de l'année	Théâtre Centennial	Les Amants de la scène	Au Vieux Treuil	Théâtre Centennial	À venir
Diffuseur spécialisé de l'année	Concerts aux Îles du Bic	OSM, La Virée classique	Chapelle historique du Bon-Pasteur	Domaine Forget	À venir

The screenshot shows a web browser window with the URL cihofm.com. The page title is "Deux prix Opus pour le Domaine Forget - Les nouvelles - CIHO FM 96,3". There is a "ÉCOUTER EN DIRECT" button with a play icon. A navigation menu includes "ACCUEIL", "NOUVELLES", "ENTREVUES", "PROGRAMMATION", "ÉQUIPE", and "NOUS JO".

EN MANCHETTE

- LA MAISON DE LA FAMILLE RAPPELLE OFFRIR DES ATELIERS PRÉSCOLAIRES
- LE TOURNOI DE HOCKEY N.A.P S'OUVRIRA LE 3 FÉVRIER À CLERMONT
- CLERMONT EST SPORT DEPUIS 1935
- CRÉATION DE BD, THÉÂTRE ET CHANSONS À LA BIBLIO DE LA MALBAIE
- LES CITOYENS DE SAINT-AIMÉ-DES-LACS AURONT UN SUIVI AVEC LA MRC

AUTRES NOUVELLES

- LA VIRÉE NORDIQUE SOULIGNERA LES 50 ANS DU CLUB LES AVENTURIERS
- SURVEILLANCE POLICIÈRE ACCRUE DANS LES SENTIERS DE MOTONEIGES
- LES ENSEIGNANTS DE CHARLEVOIX EN NÉGOCIATION

DEUX PRIX OPUS POUR LE DOMAINE FORGET
LE MARDI 9 FÉVRIER 2016 PAR ÉMILIE DESGAGNÉS

Ginette Gauthier, directrice générale, Paul Fortin, directeur artistique et Édith Allaire, directrice artistique adjointe. Photo Facebook

(10:07) Le Domaine Forget a remporté deux prix dimanche au 19e Gala des Prix Opus à Montréal.

Il s'est mérité les prix dans les catégories « Diffuseur spécialisé de l'année » et « Concert de l'année-Musiques classique, romantique, postromantique et impressionniste. »

ANNEXE 10

Ressources financières

Sources de revenu du service	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
MCC Circulation de la musique	12 000,00 \$				
CALQ Circulation de la musique	48 000,00 \$	80 000,00 \$	90 000,00 \$	90 000,00 \$	90 000,00 \$
CALQ mesure numérique	24 830,00 \$	26 650,00 \$	20 800,00 \$		
Emploi Québec multirégionale	60 806,00 \$	50 642,00 \$	40 750,00 \$	46 694,00 \$	49 990,00 \$
Revenus autonomes	22 275,00 \$	28 740,00 \$	25 375,00 \$	23 631,00 \$	25 000,00 \$
Contribution CQM	20 285,00 \$	27 981,00 \$	27 307,00 \$	26 069,00 \$	26 500,00 \$
Total	188 196,00 \$	214 013,00 \$	204 232,00 \$	186 394,00 \$	191 490,00 \$

Coûts des 4 volets du service	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Grand Rendez-vous de la musique	72 544,00 \$	69 261,00 \$	55 185,00 \$	61 347,00 \$	62 490,00 \$
Plateforme et aide à l'audace	24 830,00 \$	53 840,00 \$	52 070,00 \$	31 575,00 \$	32 500,00 \$
Développement public	5 654,00 \$	- \$	1 866,00 \$	- \$	- \$
Concertation	11 258,00 \$	14 087,00 \$	10 699,00 \$	7 972,00 \$	11 000,00 \$
Masse salariale	73 910,00 \$	76 825,00 \$	84 412,00 \$	85 500,00 \$	85 500,00 \$
Total	188 196,00 \$	214 013,00 \$	204 232,00 \$	186 394,00 \$	191 490,00 \$

ANNEXE 11

PLAN D'ACTION 2012-2015



Service Circulation de la musique au Québec



Modèle présenté le 6 juin 2012
dans le cadre du Grand Rendez-vous de la musique du CQM

Conceptualisé par Françoise Bonnin

FB CONSEIL EN GESTION DES ARTS

fbonnin@cereco.ca | 450-539-1135

2008 - 2009

- Mise en place de la table de concertation
- Tenue de divers ateliers d'information et de perfectionnement

2009 - 2010

- Réseautage et concertation sont identifiés comme des éléments majeurs
- Un plan d'action est mis en œuvre et donne naissance au 1^{er} Grand Rendez-vous de la musique en juin 2010
- Le projet est présenté aux bourses RIDEAU et ROSEQ
- Nombreuses activités de réseautage, de concertation, de perfectionnement et de développement des compétences
- Un nouveau prix Opus est lancé « *Diffuseur pluridisciplinaire de l'année* »
- Création d'une page Internet sur le site du CQM

2010-2011

- Mise en place du Réseau d'affinité(s)
- Travaux en concertation pour définir le modèle Circulation de la musique
- Nombreux ateliers de développement professionnel
- Tenue du second Grand rendez-vous de la musique en juin 2011

2011-2012

- Conceptualisation finale du Service Circulation avec l'appui concerté des deux milieux
- Obtention des fonds nécessaires à la mise en place d'une plateforme Web grâce au programme du CALQ
- Poursuite des activités de concertation, de développement professionnel et préparation du Grand Rendez-vous de la musique

Le service *Circulation de la musique au Québec* qui est ici présenté couvre l'ensemble des facettes du projet tel que nous l'avons rêvé. Il est et sera sujet à révision selon le soutien financier qui sera octroyé au Conseil Québécois de la Musique pour sa réalisation.

1.1 Objectifs généraux

- Favoriser la circulation des œuvres musicales sur le territoire québécois
- Permettre la rencontre des musiciens et de leurs publics
- Contribuer au développement de la connaissance et de l'appréciation de la musique de concert chez les diffuseurs pluridisciplinaires
- Favoriser un échange de compétences et un partage des meilleures pratiques en communications, promotion et développement de public

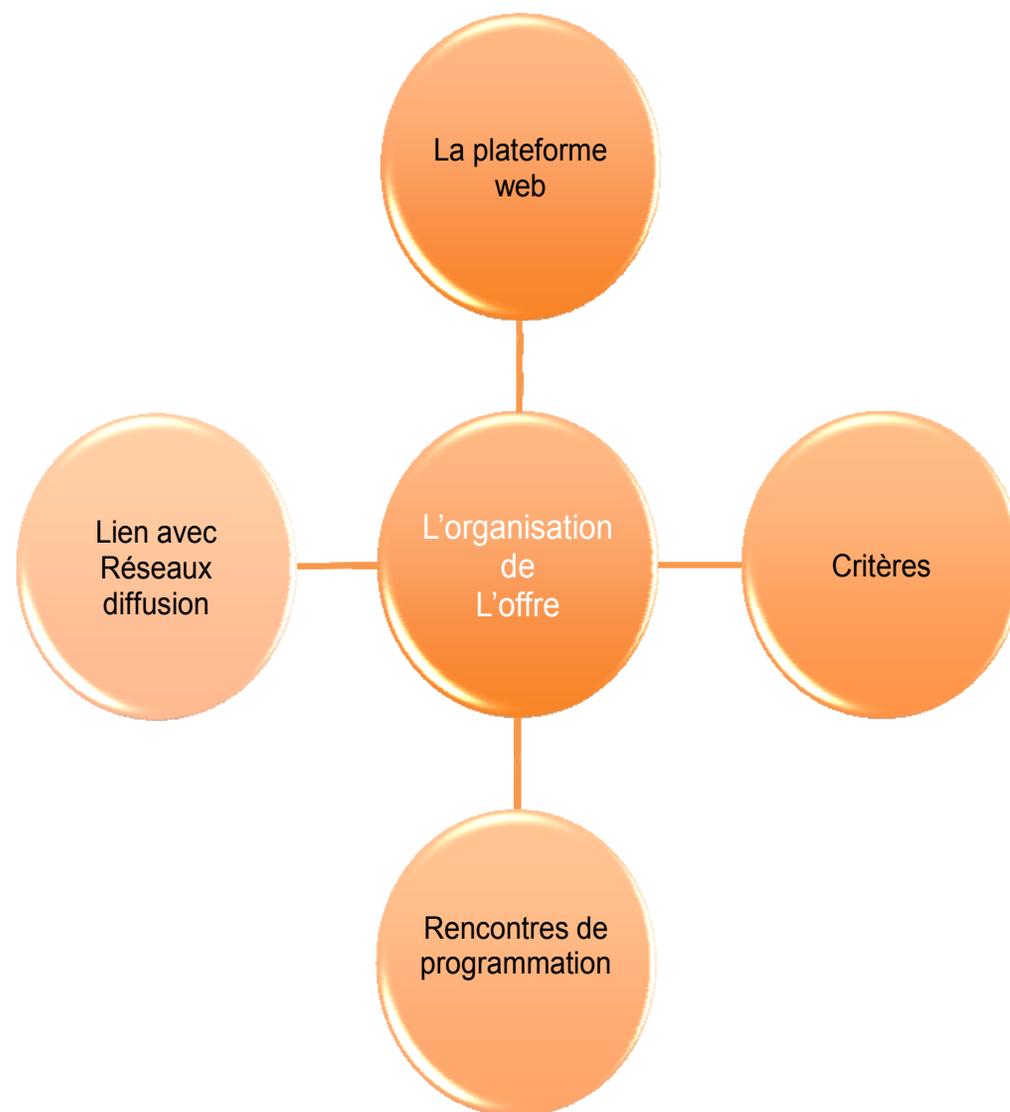
Objectifs spécifiques

- Soutenir les diffuseurs qui présentent de la musique et encourager ceux qui n'en offrent pas à leur public mais qui souhaitent le faire
- Soutenir et encourager le milieu de la musique dans ses démarches pour favoriser la circulation des musiques de concert sur l'ensemble du territoire québécois
- Soutenir le dialogue entre les diffuseurs et les artistes en permettant la concertation entre les organismes de musique, les diffuseurs pluridisciplinaires et spécialisés et les réseaux de diffusion pluridisciplinaires. Renforcer les liens et approfondir la connaissance mutuelle des deux milieux
- Favoriser l'augmentation de la présentation de spectacles et la diversité des répertoires présentés en musique de concert
- Contribuer à l'augmentation des revenus de tournée pour le milieu de la musique, et à l'amélioration de son organisation, de ses connaissances et de ses pratiques de mise en marché
- Intégrer les actions de développement de public et de médiation culturelle comme activités faisant partie intégrante de la présentation de concerts
- Soutenir et encourager l'offre et les actions auprès du jeune public et du public scolaire

Les composantes et les acteurs



L'organisation de l'offre

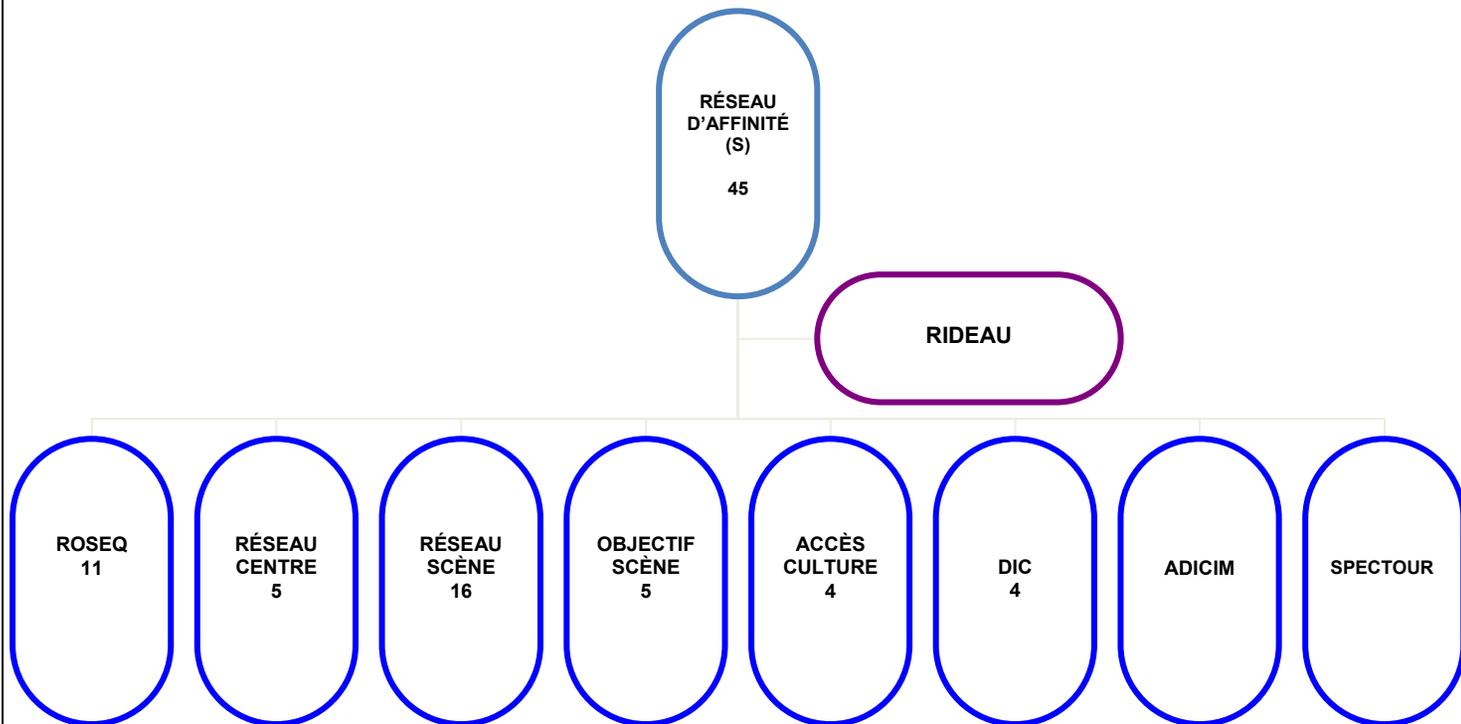


Le réseau d'affinité(s) musique

Objectifs

- le développement des liens avec le milieu de la musique
- le développement de la connaissance de la musique
- La prise de connaissance des offres et des activités du milieu de la musique
- la concertation sur la programmation des tournées musique

Plusieurs rencontres de programmation par an sont prévues, dont une située en marge du *Rendez-vous de la musique*.



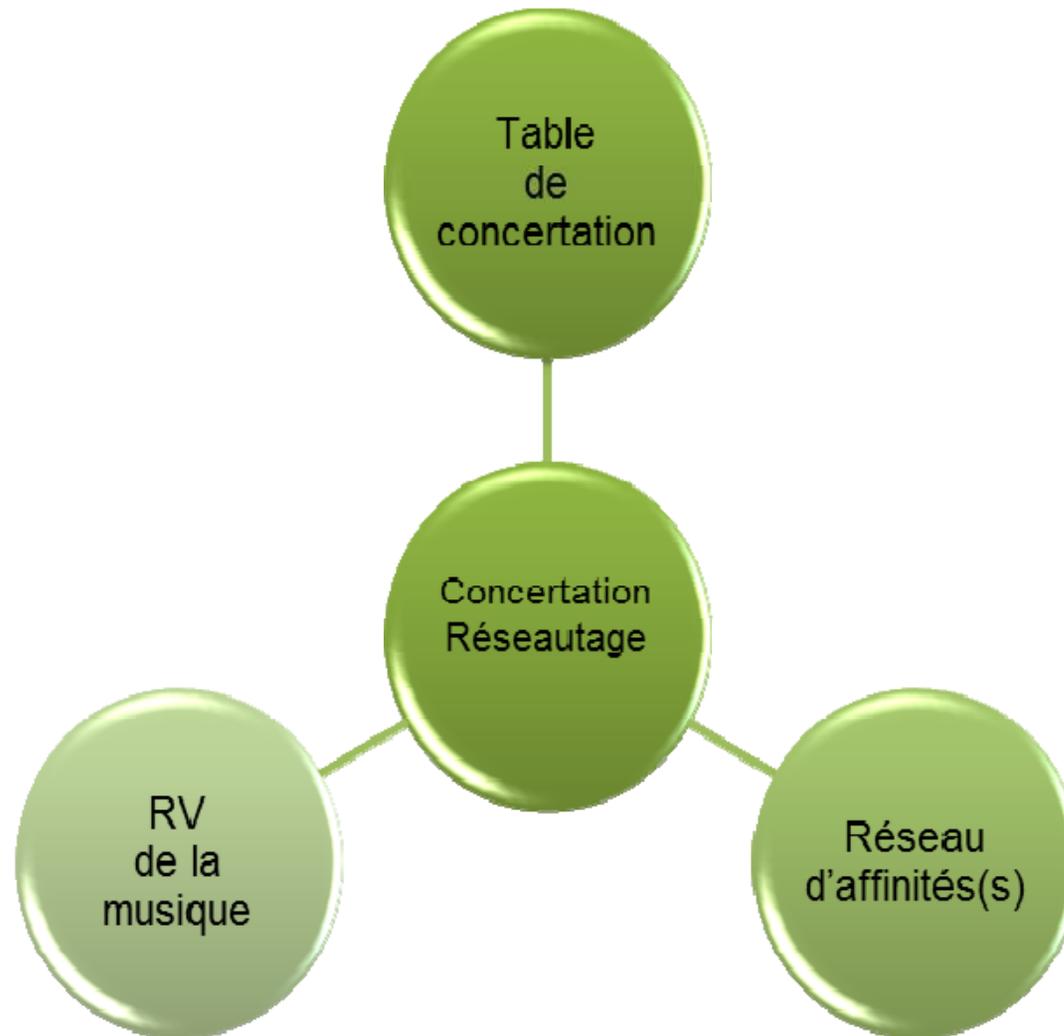
À ce jour, 45 diffuseurs ont manifesté leur intention de faire partie du réseau d'affinité(s).

Rôle des réseaux de diffusion pluridisciplinaire du Québec

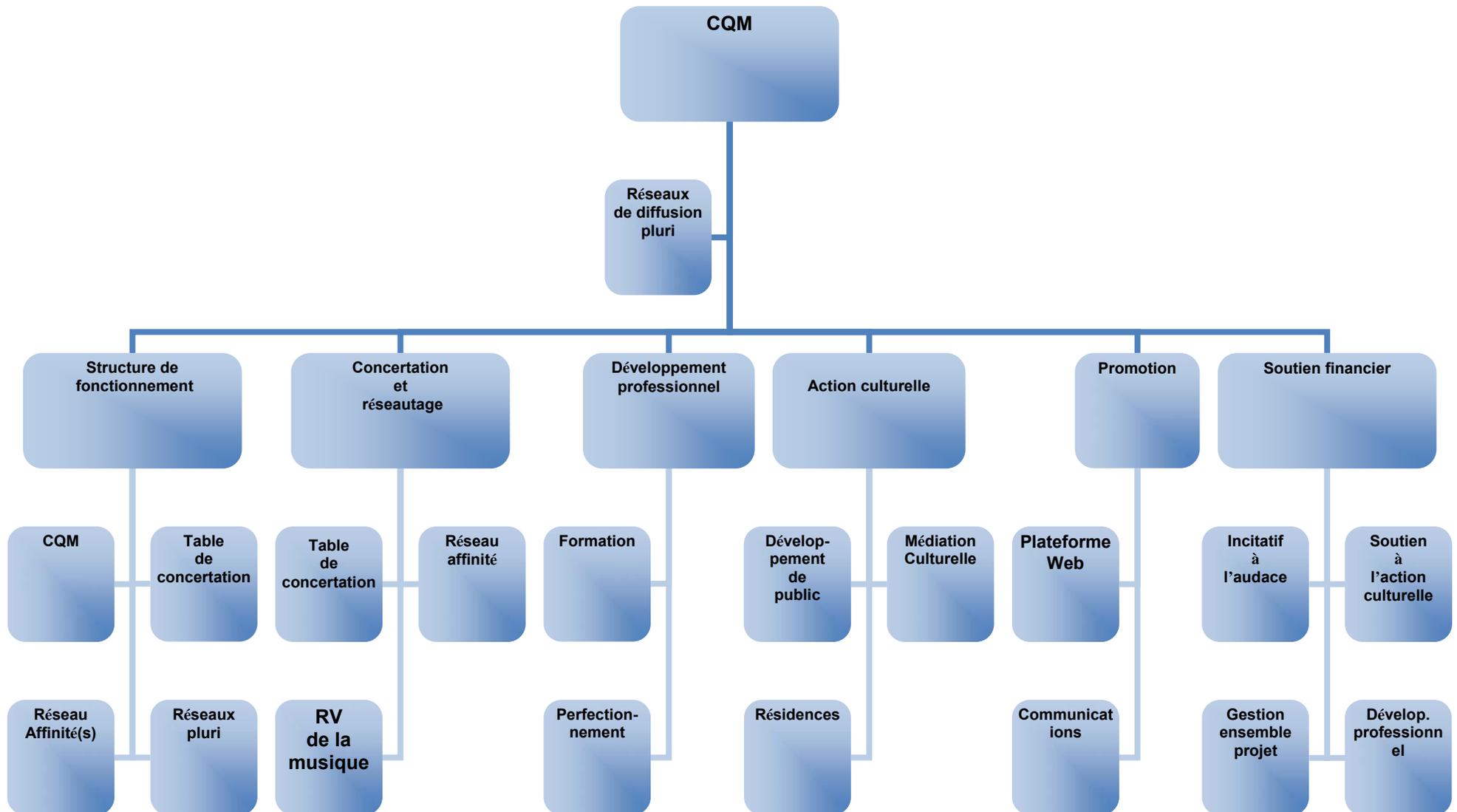
- Reçoivent l'offre de la plateforme web transmise par le CQM
- Promotion et assure le relai de l'offre qu'ils transmettent à leurs membres
- Concertation autour des intérêts de programmation de concerts
- Participation aux rencontres du réseau d'affinité (s)

Les concerts choisis par les réseaux dans le cadre de la plateforme obtiennent le **label « Circulation de la musique au Québec (CMQ) »** qui donne accès au soutien du Service Circulation de la musique.

Concertation et réseautage



CIRCULATION DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC



Plan de développement 2012-2015

Service Circulation de la musique au Québec



AXES D'INTERVENTION 2012-2015

1 – LE SOUTIEN FINANCIER

- Soutien à la circulation de la musique
- Soutien à l'action culturelle
- Soutien au développement professionnel
- Gestion de l'ensemble du projet

2 – CONCERTATION ET RÉSEAUTAGE

- Table de concertation composée de diffuseurs pluridisciplinaires et spécialisés, d'agents d'artistes, de producteurs et d'artistes
- Réseau d'affinité(s)
- Rendez-vous de la musique

3 – ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Activités de développement des compétences spécifiques à la thématique de la circulation de la musique pour les milieux de la musique et de la diffusion et destinées aux musiciens, aux gestionnaires, aux diffuseurs et à leurs collaborateurs

4 – ACTION CULTURELLE

- Développement de public
- Médiation culturelle
- Résidences

5 – PROMOTION

- Plateforme Web
- Communications

PLAN D'ACTION 2012-2015

Axe 1 –LE SOUTIEN FINANCIER				
OBJECTIF	ACTION	CALENDRIER		
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
1.1 Fonds de soutien à la circulation de la musique				
<p>Permettre aux diffuseurs pluridisciplinaires de faire preuve d'audace dans la programmation de concerts au Québec</p> <p>et</p> <p>Permettre au milieu de la musique d'avoir les moyens de faire connaître son travail aux diffuseurs</p>	<p>1.1.1. Aide au cachet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ a pour but de contribuer aux coûts de programmation des concerts 	X	X	
	Tournée de concert		X	→
	<p>1.1.2. Aide à la connaissance des œuvres et des artistes et à leur promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ a pour but de permettre aux ensembles d'inviter les diffuseurs à leurs concerts ou à leurs événements pour créer les liens nécessaires au développement de projets communs à court, moyen et long terme 	X	X	
1.2 Fonds d'action culturelle				
<p>1.2.1 Soutenir les activités de développement de public</p>	<p>1.2.1.1 Aide aux diffuseurs pour le soutien aux cachets des artistes et des animateurs, et les frais de déplacement pour les activités de développement de public</p>	X	X	
	<p>1.2.1.2 Aide aux artistes par le soutien d'un médiateur culturel pour la préparation d'activités et par la mise à leur disposition d'un animateur (service)</p>	X	X	
<p>1.2.2 Soutenir la médiation culturelle et les résidences</p>	<p>1.2.2.1 Définir et préciser les concepts et chiffrer les besoins</p>		X	→

Axe 1 –LE SOUTIEN FINANCIER

OBJECTIF	ACTION	CALENDRIER		
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
1.3 Fonds de gestion et de coordination du service				
1.3.1 Doter le CQM des moyens nécessaires à la mise en place et à la gestion du service	1.3.1.1. Mettre en place les RH nécessaires et leur fonctionnement dans tous leurs aspects	X		
	1.3.1.2. Faire la recherche de financement			
	1.3.1.3. Assurer la pérennité du fonds de développement professionnel			
1.2.3. Gérer le service	1.3.2.1 Gérer les fonds		X	→
	1.3.1.1. Diriger et coordonner le service	X	→	→

Axe 2 – CONCERTATION ET RÉSEAUTAGE

OBJECTIF	ACTION	Calendrier		
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
2.1 Table de concertation				
2.1.1 Assurer la pérennité de la table de concertation	<ul style="list-style-type: none"> Préciser le rôle, le mandat et le fonctionnement de la Table de concertation dans le cadre du Service de Circulation de la musique, une fois sa mise en œuvre concrétisée 	X		
2.1.2 Assurer les rencontres de la table de concertation	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner et animer les rencontres de la table 	X	→	→
2.2 Réseau d'affinité(s)				
2.2.1 Formaliser le fonctionnement du réseau d'affinité(s) dans le cadre de la mise en place du service	<ul style="list-style-type: none"> Préciser les objectifs, le mandat, le fonctionnement du réseau et l'engagement des diffuseurs participants 	X		
	<ul style="list-style-type: none"> Reconfirmer l'existence et le fonctionnement du réseau auprès des diffuseurs ayant manifesté leur intérêt 			
	<ul style="list-style-type: none"> Faire les démarches nécessaires auprès des réseaux non participants 			
2.2.2 Animer le réseau d'Affinité(s) lors des rencontres de programmation	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner et animer les rencontres du réseau : <ul style="list-style-type: none"> Lors du RV de la musique Lors des rencontres de programmation 			X
	<ul style="list-style-type: none"> Assurer les communications et la concertation avec les membres du Réseau sur la tournée musique annuelle en lien avec les réseaux de diffusion pluridisciplinaires 	X	→	→
2.3 Rendez-vous annuel de la musique				
2.3.1 Poursuivre les rencontres annuelles	<ul style="list-style-type: none"> Conceptualiser, coordonner et tenir l'événement 	X	→	→

Axe 3 – ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

OBJECTIF	ACTION	Calendrier		
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
<p>Activités spécifiques à la thématique de la circulation de la musique pour les milieux de la musique et de la diffusion et destinées aux musiciens, aux gestionnaires, aux travailleurs culturels, aux diffuseurs, à leurs collaborateurs et partenaires.</p>				
<p>3.1 Poursuivre les activités de formation et de perfectionnement pour les milieux de la musique et de la diffusion</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Élaborer le programme annuel des activités de développement professionnel 	X	→	→
	<ul style="list-style-type: none"> • Faire les demandes de financement auprès d'EQ 			
	<ul style="list-style-type: none"> • Planifier, organiser et coordonner les activités annuelles et celles en lien avec le Rendez-vous de la musique 			

Objectif

- favoriser le développement de la connaissance de la musique auprès des publics et chercher de nouveaux publics en entrant en contact avec des personnes qui ne viennent pas naturellement aux concerts ou qui n'ont pas l'intention de le faire.
- **favoriser les** échanges entre les milieux de la musique et de la diffusion sur la mise en place d'activités spécifiques au domaine de la musique et sur le développement de diverses collaborations.

Quelques définitions

- **Par développement de public**, on entend la mise en œuvre et le développement d'activités autour d'un concert
- **La médiation culturelle**, un espace d'échange privilégié entre les artistes professionnels et les citoyens. Elle inclut une certaine dimension sociale. Les projets de médiation culturelle favorisent la rencontre entre les artistes, les animateurs et la population. C'est un moyen de susciter la participation et de rendre accessible des activités culturelles à certains groupes cibles
- **Par résidences d'artistes**, on entend une association ou affiliation entre l'artiste et le diffuseur permettant de réduire les coûts de présentation de concerts et de soutenir le volet d'action culturelle.

Axe 4 – ACTION CULTURELLE

OBJECTIF	ACTION	ÉCHÉANCIER		
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
4.1 Mettre en place le service d'Action culturelle				
	4.1.1. Engager un médiateur culturel ayant pour mission de : <ul style="list-style-type: none"> • faire le lien entre les diffuseurs et les artistes • soutenir le développement d'activités autour du concert • Animer les activités ou • recruter et former des « animateurs-passeurs » spécialisés en musique pour accompagner les concerts sous label Circulation 	X	→	→
	4.1.2. Développer le service d'action culturelle	X	→	→
	<ul style="list-style-type: none"> • Phase I : concevoir des activités de développement de public en lien avec les diffuseurs et les artistes 	X	X	
	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptualiser la Phase II du volet : la médiation et des résidences 		X	→
4.2 Offrir aux membres du réseau d'affinités et aux réseaux pluridisciplinaires l'activité « Apprivoiser les styles musicaux » en tournée		X	→	→

Axe 5 – PROMOTION

OBJECTIF	ACTION	CALENDRIER		
<p>Objectif : faciliter le dialogue entre les diffuseurs et les artistes en établissant des liens de communication structurants et en organisant l’offre artistique du secteur de la musique de concert du Québec pour permettre aux diffuseurs pluridisciplinaires d’avoir un accès adéquat à l’offre et d’établir des programmations concertées</p>				
		2012-2013	2013-2014	2014-2015
<p>5.1 Créer un répertoire de l’offre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Création et mise en ligne la plateforme WEB 	X	X	
<p>5.2 Assurer les communications</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration et mise en place une stratégie de communication 	X		
	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d’un outil pour la promotion des concerts choisis annuellement par les diffuseurs 		X	X

SOURCES

BONNIN, Françoise, *Plan d'action 2012-2015*, Circulation de la musique au Québec, CQM, 2011

CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC, *L'économie des tournées québécoises en arts de la scène*, Constats du CALQ, numéro 10, 2006

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, *Formulaires d'évaluation des participants au Grand Rendez-vous de la musique*, 2012 à 2016

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, *Sondage sur la diffusion des concerts et des ateliers jeunes public des membres du CQM*, 22 répondants, 2014

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, *Sondage sur la diffusion des concerts et des ateliers jeunes public des membres du CQM*, 38 répondants, 2015

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, Statistiques de plateforme www.circulationmusique.com, 2012 à 2017

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, Réclamation d'aide à l'audace des diffuseurs sur la plateforme www.circulationmusique.com, 2012 à 2015

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA MUSIQUE, Mémoire sur la réussite scolaire, <http://www.cqm.qc.ca/docs/MemoireReussiteEducative-CQM-2016.pdf>, 2016

DION, Suzanne, *Étude d'impact et de besoins sur les activités de formation au CQM*, 1300 répondants, 2014

MONTRÉAL MÉDIATION CULTURELLE, *Qu'est-ce que la médiation culturelle ?*, <http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/>, consulté en janvier 2017

RIDEAU, Maître diffuseur, <http://www.maitrediffuseur.ca>, consulté en janvier 2017