

# Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert





|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction.....                                                          | 1  |
| Scènes musicales locales.....                                              | 4  |
| Capacité professionnelle .....                                             | 8  |
| Promotion et marketing .....                                               | 10 |
| Facteurs de réglementation<br>et coordination gouvernementale.....         | 13 |
| Infrastructure de l'industrie .....                                        | 16 |
| Mesure des répercussions.....                                              | 18 |
| Prochaine étape.....                                                       | 20 |
| Liens stratégiques.....                                                    | 21 |
| Annexe – Écosystème du secteur<br>de la musique en concert en Ontario..... | 22 |
| Annexe – Définition du concert .....                                       | 23 |
| Remerciements .....                                                        | 24 |

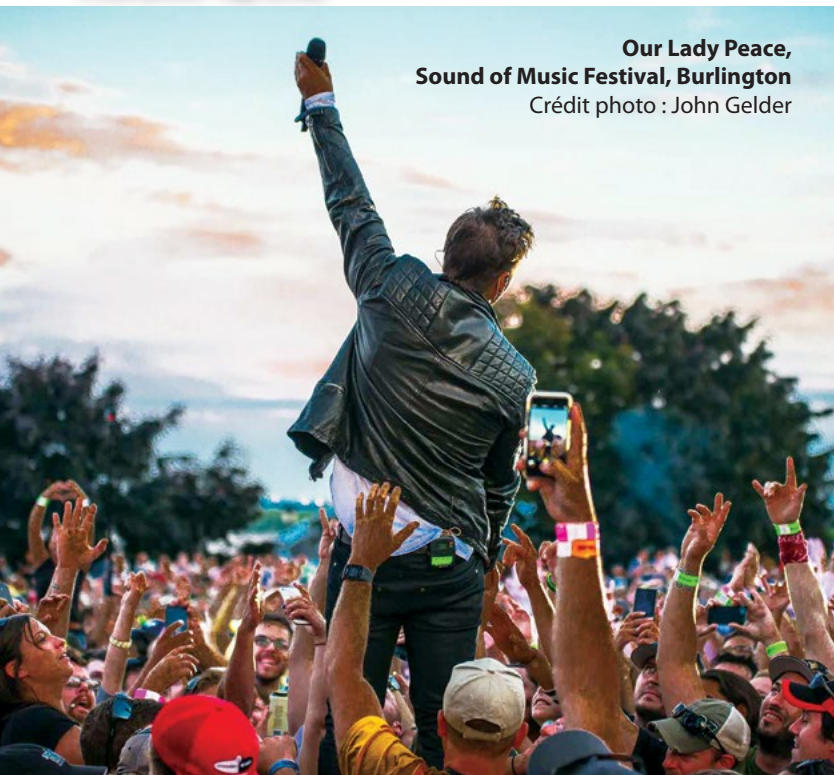
La page couverture :  
Dala

L'intérieur de la couverture :  
Reuben and the Dark

# Introduction



**Jazz at Lincoln Centre Orchestra with Wynton Marsallis,**  
**Roy Thomson Hall, Toronto**  
Crédit photo : Jag Gundu



**Our Lady Peace,**  
**Sound of Music Festival, Burlington**  
Crédit photo : John Gelder



**Bar Robo, Ottawa**  
Crédit photo : Els Dumsford

Ce document est un produit du Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts, une collaboration unique du secteur, composé de promoteurs, de présentateurs, de directeurs, d'associations de l'industrie et d'agents, avec le soutien du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario. Il s'adresse aux pairs et aux partenaires de l'industrie ontarienne de la musique en concert.

Les concerts sont prospères en Ontario<sup>1</sup>. Ils résonnent dans toutes les collectivités, des petites salles aux stades de grande envergure. Ils prêtent voix à une palette de communautés et de cultures diverses, dans une multitude de genres musicaux. Assister à un concert est l'une des formes les plus courantes et les plus populaires de divertissement tant pour les Ontariens que pour les visiteurs de la province.

À l'ère du divertissement numérique instantané, dans laquelle presque tous les enregistrements musicaux jamais créés peuvent être écoutés par quiconque possède un appareil connecté, le concert est toujours à l'origine d'une expérience partagée et d'une relation unique entre le public et l'artiste.

Les professionnels du secteur (artistes, directeurs, présentateurs, promoteurs, agents, exploitants de salles, organismes musicaux, etc.) ont fait de l'Ontario le plus important centre de concert, à l'échelle nationale et internationale. Grâce à une coopération et à un dialogue mutuels, nous avons fait progresser la capacité et la qualité des offres de concerts. À présent, notre secteur est prêt pour l'étape suivante : une vision partagée destinée à guider le développement permanent et stimuler la croissance du secteur.

La *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* est une stratégie de l'industrie visant la croissance continue du secteur de la musique en concert de notre province. Elle identifie les mesures partagées à haut potentiel du secteur et encourage le partage de pratiques exemplaires en mettant en évidence les zones d'intérêt mutuel et en favorisant une collaboration plus forte au sein de l'industrie. Cette *Vision* détermine également les principes et les priorités destinés à documenter la future politique gouvernementale relative aux concerts en Ontario, y compris l'élaboration de la Stratégie ontarienne de promotion des concerts. Cette *Vision* doit bénéficier à chaque personne et chaque organisme travaillant au sein de la communauté des concerts, ainsi qu'aux millions d'Ontariens et de visiteurs de la province qui assistent à ces événements musicaux chaque année.

L'un des objectifs majeurs de cette *Vision* est d'augmenter la connaissance de l'histoire de notre secteur. Pour ce faire, nous devons engager deux conversations continues et simultanées, l'une au sein de l'industrie et l'autre avec nos partenaires et nos collectivités. La conversation externe consiste à mesurer et à promouvoir

<sup>1</sup> L'annexe comporte une définition du terme « concert » aux fins de la présente *Vision*.

# Introduction

nos répercussions économiques, sociales et culturelles afin de démontrer la valeur et la puissance du concert pour le gouvernement, le secteur privé et les Ontariens. Pour ce faire, nous allons avoir recours à des activités de recherche et de promotion collectives. La conversation interne, essentielle à la réussite de notre secteur en général, cherche à savoir comment nous pouvons travailler ensemble de manière efficace, en répondant à nos besoins communs, en instaurant la confiance et en convenant qu'ensemble nous sommes plus forts. Déterminer des objectifs communs, qu'ils soient orientés vers l'entreprise ou autre, et s'y dédier est essentiel pour la croissance à long terme du secteur de la musique en concert.

Notre objectif est de faire en sorte que l'industrie de la musique en concert en Ontario soit en bonne position pour réussir et croître en ce tournant critique de son développement. Avec votre aide, la présente *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* va alimenter l'énergie, le savoir, la capacité et le potentiel de notre secteur, et des professionnels dédiés qui y travaillent, pour un secteur de la musique en concert en Ontario encore plus fort et plus dynamique.

## Comment en sommes-nous arrivés là?

À aucun moment de l'histoire de la musique en concert en Ontario, la communauté n'a été plus prête et plus capable d'unifier et d'exploiter son influence collective. Le concert est une composante essentielle de la carrière d'un artiste, à la fois comme source de revenus et comme outil de développement d'audience. Les participants du secteur de la musique en concert assument un risque financier et artistique constant, aident les artistes à se développer, cultivent les auditoires, investissent dans l'innovation et entretiennent et bâtissent l'infrastructure, emploient des dizaines de milliers d'Ontariens,<sup>2</sup> et contribuent au cadre culturel, social et économique de la province. Cela représente une occasion monumentale de favoriser la croissance, le développement et d'améliorer l'évolution du secteur de la musique en concert en Ontario.

En reconnaissance de l'importance croissante et du potentiel du secteur de la musique en concert, le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts a été créé en janvier 2013 en qualité de nouveau forum de collaboration entre le secteur et le gouvernement. Ses objectifs sont notamment de s'assurer que notre secteur est consulté par les décideurs politiques, afin de soutenir la recherche de l'industrie et l'élaboration des politiques et de développer des stratégies pour étendre la portée et l'incidence de notre secteur en Ontario.

<sup>2</sup> *Les concerts sont à la hauteur : Analyse d'impact économique de l'industrie des concerts en Ontario*, Music Canada, Nordicity, 2015.



# Introduction



**Weezer, Sound of Music Festival, Burlington**  
Photo avec la permission de : Sound of Music Festival



Le Groupe de travail est composé de représentants du secteur de la musique en concert et du gouvernement. Il est co-présidé par Erin Benjamin, qui est largement reconnue pour sa solide vision du secteur de la musique en concert et qui occupe actuellement les fonctions de directrice générale de Music Canada Live, la première association créée spécifiquement pour représenter les intérêts de l'industrie de la musique en concert. Elle partage la présidence avec Kevin Finnerty, haut fonctionnaire du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport. Les membres du Groupe de travail proviennent d'associations musicales, sont des promoteurs de concerts, des propriétaires de salles, des directeurs, des agents, des organisateurs de festivals et trois organismes gouvernementaux ontariens : la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, le Conseil des arts de l'Ontario et Destination Ontario.

Le Groupe de travail a été constitué pour soutenir l'élaboration de la présente *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*, qui en fin de compte servira à documenter l'élaboration d'une Stratégie de promotion des concerts de l'Ontario. Pour diriger le développement de la *Vision*, un sous-comité du Groupe de travail, l'Équipe de travail sur la Stratégie de promotion des concerts, a été constitué. L'Équipe a élaboré un document de travail et un sondage en ligne. Elle a également réalisé une consultation axée sur le secteur afin de recueillir des commentaires sur les priorités, les possibilités et les problèmes auxquels l'industrie de la musique en concert de l'Ontario est confrontée. Cette tâche a été soutenue par une masse de recherches et une importante collecte de renseignements, y compris la manière dont d'autres autorités infranationales, municipales et fédérales, à la fois nationales et internationales, répondent à des tendances similaires.

Le document de travail et le sondage ont été diffusés à plus de 100 personnes et organismes qui sont des participants actifs de l'industrie de la musique en concert de la province. Parmi eux se trouvaient des exploitants de salles et de festivals, des présentateurs, des promoteurs, des artistes, des directeurs artistiques, des agents, ainsi que des responsables d'associations musicales. Un grand nombre de ces personnes avaient de l'expérience dans plusieurs rôles, comme cela est courant dans l'industrie des concerts. L'Équipe de travail a reçu des commentaires émanant d'individus de toutes les régions de la province, des initiatives locales aux principaux organismes de concerts.

Nous sommes heureux de partager avec vous cette *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*. Nous espérons que vous vous retrouvez dans cette *Vision*, et nous vous encourageons à participer activement à sa réalisation.

# Scènes musicales locales



Cockatoo, The Painted Lady, Toronto  
Crédit photo : Conor McSweeney



## **Renforcer les possibilités des entreprises et des artistes du secteur de la musique en concert**

Des concerts sont organisés dans les petites et les grandes collectivités de chaque région de l'Ontario. Cela va des festivals de musique locale aux événements attirant du public de l'extérieur de la province et de l'étranger, et inclut des concerts dans un large éventail de salles, du petit club au grand stade. Toronto est le plus gros marché, mais le secteur de la musique en concert de l'Ontario se compose d'une série de scènes musicales de tailles diverses, chacune d'elles étant vitale à la santé et à la croissance globale de l'industrie provinciale. Les scènes plus petites jouent souvent un rôle prépondérant dans le développement des artistes et elles ont leurs propres forces et besoins uniques, bien qu'elles doivent faire face aux mêmes difficultés et possibilités que les scènes musicales plus grandes.

## **Collaborer pour créer des politiques favorables à la musique**

Selon le rapport *The Mastering of a Music City* de Music Canada, publié durant l'été 2015, des politiques favorables à la musique « encouragent la croissance de la création, de l'interprétation et de l'enregistrement musical, et attirent et retiennent les personnes créatives. En revanche, des politiques gouvernementales obstructionnistes rendent difficiles, voire impossibles, la création, l'interprétation ou la célébration musicale, et peuvent entraîner l'évasion des artistes entrepreneurs. »

Élaborer des politiques favorables à la musique, répondre aux problèmes comme les plaintes relatives au bruit et augmenter les taux de l'impôt foncier sont des priorités soulevées par plusieurs personnes ayant répondu à notre consultation. Ces questions affectent les scènes de concert locales de toute la province, dans les grandes villes et les petites collectivités, et elles ont des

répercussions directes sur l'aptitude des salles de concert et autres endroits à organiser des concerts.

Si ces questions ne sont pas résolues, elles peuvent entraîner la fermeture de salles, empêcher l'ouverture de nouveaux lieux et décourager les salles existantes à développer leurs opérations. La collaboration entre les salles et les collectivités, et l'industrie et le gouvernement, peut permettre de trouver des solutions, mais les professionnels du secteur de la musique en concert doivent se sentir habilités et inspirés pour accepter le leadership de ces questions.

Par exemple, le Toronto Music Industry Advisory Council (TMAC) travaille avec la cité de Toronto en vue d'améliorer les soutiens accordés aux salles de spectacle, de changer les règlements de zonage et de délivrance de permis, d'améliorer l'accès aux parcs de stationnement pour les autocars et de revoir les règles concernant les prestations dans les parcs de la ville et autres lieux en extérieur. Ce type de collaboration a également eu

# Scènes musicales locales



The Strumbellas, Supercrawl, Hamilton  
Credit photo : Colette Schotsman

lieu dans d'autres « villes musicales »<sup>3</sup> de l'Ontario, comme Ottawa et London. La planification municipale doit prendre en considération des facteurs tels que la pertinence des transports et l'abordabilité de l'hébergement des artistes.

Des forums destinés à rassembler les professionnels du secteur, à partager l'information et à s'associer pour la promotion sont un besoin essentiel. Les répondants ont également exprimé un vif souhait pour des politiques clairement énoncées, appliquées de manière cohérente dans les différents lieux et aux différents genres musicaux, ainsi qu'une communication plus ouverte avec le gouvernement.

## Ouvrir le concert à de nouveaux publics

Pour les salles de spectacle, les festivals, les promoteurs, les présentateurs et les artistes, l'élargissement à de nouveaux publics est essentiel à la réussite commerciale.

Le rapport de 2015 *Les concerts sont à la hauteur : Analyse d'impact économique de l'industrie des concerts en Ontario*, publié par Music Canada et Music Canada Live avec le soutien de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), décrit comment l'industrie de la musique en concert de l'Ontario s'efforce d'accroître et de maintenir son public dans une ère de concurrence accrue. Les concerts ne sont pas seulement en concurrence pour attirer le public, mais ils rivalisent aussi avec les nouvelles formes de divertissements numériques populaires.

Puier dans la diversité culturelle de l'Ontario en élargissant la gamme de genres offerts et promus dans la province est un moyen d'y parvenir. Selon le rapport *Les concerts sont à la hauteur*, la majorité des sociétés de spectacle de l'Ontario opèrent dans le domaine de la musique populaire (75 %), mais certaines (32 %) sont également actives dans plusieurs genres.

De nombreux répondants à la consultation ont suggéré qu'offrir une plus grande diversité de genres musicaux stimulerait la demande du public, avec le hip-hop cité en exemple. Les répondants ont suggéré que combler les lacunes dans certains genres peut nécessiter le développement d'une plus grande expertise de l'industrie parmi ceux qui travaillent dans ces genres, ainsi qu'une plus grande représentation aux niveaux de leadership du secteur.

L'Ontario abrite également un secteur musical francophone vivant, ce qui est un avantage concurrentiel et une occasion de trouver et d'accroître les auditoires. Cette partie intégrante du secteur est soutenue par des organismes, comme l'Association des professionnels de la chanson et de la musique (APCM), qui promeut les artistes francophones et diffuse les produits culturels francophones dans l'ensemble de l'Ontario.

<sup>3</sup> Les villes musicales se définissent comme des lieux dotés de scènes musicales vivantes et dynamiques.

# Scènes musicales locales

A Tribe Called Red (Le danseur de cerceaux: James Jones), Westfest, Ottawa

Crédit photo : Brian Goldschmied



## Comblent les lacunes du marché

Un obstacle majeur à la croissance du secteur musical provincial continue d'être le manque de salles de concert de taille moyenne. Par exemple, le rapport de 2015 *Connecting Ottawa Music* identifie le manque de salles de 300 à 600 personnes comme une faiblesse du marché. Il oblige les musiciens locaux, qui sinon joueraient pour des publics de cette taille, à se rendre ailleurs pour leurs spectacles. Ce manque de salles de taille moyenne a été cité par plusieurs participants à la consultation provenant de collectivités de l'ensemble de la province.

Une meilleure collaboration pourrait améliorer la capacité des artistes à effectuer des tournées et à se produire en Ontario. Par exemple, le dialogue de l'industrie sur le développement de clauses de rayon de concurrence plus nuancées pourrait permettre aux artistes de se produire sur des marchés plus petits et dans des salles ou des festivals plus grands de la même région.

Il existe une demande insatisfaite pour les concerts destinés à tous les âges en Ontario. Cela a été identifié comme une priorité du secteur (et sera abordé plus en détail à la section Infrastructure de l'industrie). Fondamentalement, les spectacles pour tous les âges enrichissent la vie des jeunes, renforcent les publics engagés pour l'avenir et donnent aux artistes établis plus d'occasions de se produire en spectacle, tout en permettant également aux artistes émergents et aux professionnels de l'industrie du direct d'affiner leurs habiletés.

## Soutenir la présentation de la musique populaire

L'innovation dans la présentation de concerts au niveau populaire, souvent sous la forme de spectacles et de salles DIY (Do It Yourself) qui se déroulent dans des espaces non traditionnels comme des entrepôts, des galeries d'art ou des salons pourrait représenter une possibilité de croissance importante pour le secteur si un consensus peut être trouvé sur les attentes en matière de tels événements.

Les présentateurs populaires sont souvent plus novateurs, souples et flexibles que les présentateurs traditionnels.<sup>4</sup> Contrairement à une salle traditionnelle comme un bar ou un club, les salles populaires tendent à être moins restreintes par la nécessité du bar et des ventes d'alcool. Certains présentateurs populaires ont adopté des modèles de gestion d'entreprises sociales et fonctionnent avec un mandat de justice sociale, travaillant souvent avec des artistes de communautés marginalisées ou sous-représentées.

Tout en gagnant en reconnaissance, les salles DIY sont confrontées à des difficultés particulières dues principalement au manque de connaissances de ce qu'elles sont et de ce à quoi elles servent. Ce sont des espaces qui ne sont, en règle générale, jamais destinés à être des salles de concert. Alors qu'elles ne sont pas confrontées aux mêmes difficultés que les salles traditionnelles, elles doivent faire face aux mêmes enjeux de capacité, de gestion des foules et du bruit, et de la sécurité.

<sup>4</sup> « Why DIY spaces matter », Benjamin Boles, Now Magazine, 30 janvier 2017.

Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <https://nowtoronto.com/music/features/why-diy-spaces-in-toronto-matter/>

# Scènes musicales locales



**Marty Baller sur scène avec A\$AP Ferg, Ottawa Blues Fest**  
Crédit photo : Steve Gerecke



**Nagata Shachu, Fleck Dance Theatre, Harbourfront Centre, Toronto**  
Photo avec la permission de : Nagata Shachu



**La Salle Koerner du Conservatoire royal de musique**  
Crédit photo : Koerner Hall

Les organismes de réglementation sont confrontés à ces questions dans des espaces non traditionnels.

Par exemple, le Grickle Grass Festival qui se déroule au London Regional Children's Museum, associe une journée d'activités familiales à une nuit de concerts sur les scènes érigées dans tout le musée. Selon Savannah Sewell, cofondatrice du festival, « Les villes musicales commencent à la base. Nous faisons vivre ces bâtisses, mais il y a un fossé entre ce que nous faisons et ce qui est traditionnellement considéré comme le secteur musical ».

Plusieurs participants à la consultation ont suggéré qu'un réseau plus formel de présentateurs populaires, au travers duquel les entrepreneurs pourraient partager des ressources et de l'expertise, permettrait à cette partie de la communauté des concerts de croître.

## Recommandations

1. Déterminer et faciliter des relations stratégiques entre le gouvernement et les présentateurs de concerts afin de s'attaquer aux obstacles des politiques et augmenter la présentation de concerts.
2. Encourager le partenariat et le mentorat entre les promoteurs de petits et de grands événements, les entreprises émergentes et établies du secteur musical et les différents genres afin de soutenir le développement croisé des scènes musicales locales.
3. Sensibiliser le secteur de la musique en concert et les organismes de réglementation à la présentation de la musique DIY et faire en sorte que ces espaces prospèrent de manière sûre et sécuritaire.
4. Sensibiliser davantage et renforcer la voix des présentateurs de musique populaire en ce qui concerne les programmes et les soutiens existants, à la fois du gouvernement et du secteur.

# Capacité professionnelle

Gully Bop, JAMBANA One World Festival, Markham

Photo avec la permission de : JAMBANA One World



## **Répondre aux besoins des professionnels du secteur de la musique en concert et élargir l'accès aux possibilités de formation**

Le développement des compétences, la formation, le partage des pratiques exemplaires, le développement professionnel et la planification de la succession sont des éléments essentiels à la réussite du secteur de la musique en concert. Le secteur est constitué d'un ensemble de personnes provenant d'horizons divers qui exécutent différentes tâches nécessitant souvent des lots d'aptitudes variés. Les besoins de formation et de développement des compétences du secteur varient de la logistique et planification à la gestion de projets, au réseautage, à la conclusion des contrats, etc. Cependant, les occasions de formation formelles ne sont pas équitablement accessibles dans l'ensemble de la province, les possibilités de formation informelles ne sont pas exhaustives et les groupes de discussion et les ateliers sont compliqués par la

géographie, des ressources insuffisantes et un taux de roulement du personnel très élevé parmi les professionnels des secteurs émergents.

Un grand nombre, si ce n'est la majorité, des professionnels du secteur de la musique en concert sont naturellement des entrepreneurs, faisant et apprenant « sur le tas ». De la même manière, des bénévoles dévoués du secteur deviennent souvent les professionnels de demain. Ils représentent une dimension unique et impressionnante du secteur de la musique en concert, mais concevoir des offres de formation pour le segment des bénévoles peut représenter un défi.

De nombreux participants à la consultation ont mentionné un niveau de représentation des femmes inéquitable dans les emplois du secteur de la musique en concert. Ils ont également insisté sur la

nécessité de sensibiliser les professionnels de la musique en concert au fait que les salles de concert et les événements doivent être convenablement accueillants, hospitaliers et sûrs pour les femmes. En outre, le secteur devrait évidemment s'efforcer d'intégrer la diversité de l'Ontario en s'adaptant aux personnes de tous les âges, aux personnes à mobilité réduite, aux minorités culturelles et raciales, ainsi qu'à la communauté LGBTQ+ afin de s'assurer qu'elles peuvent participer pleinement aux concerts.

*La Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* vise à augmenter la connaissance de ces questions et la capacité d'y répondre, parmi les professionnels et les bénévoles du secteur de la musique en concert de la province. Ce document a également pour objectif de déterminer les lacunes et les priorités

# Capacité professionnelle

**Massey Hall, Toronto**

Crédit photo : Mitch Fillion



**Melissa Etheridge,  
Danforth Music Hall, Toronto**

Crédit photo : Canadian Music Week



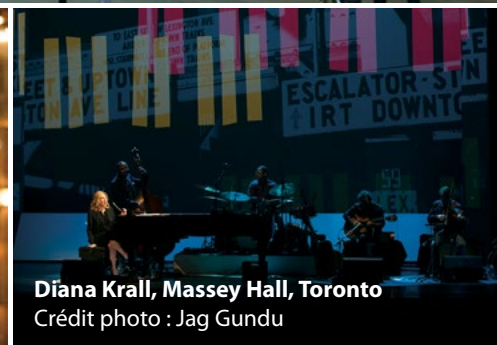
**Brooklyn Doran et Dan Hosh,  
The Dakota Tavern, Toronto**

Crédit photo : Conor McSweeney



**Diana Krall, Massey Hall, Toronto**

Crédit photo : Jag Gundu



communes en matière de capacité professionnelle et de jeter les bases pour y parvenir.

## Accès aux outils et à la formation

Les participants de l'industrie de la musique en concert rapportent que le secteur ne dispose pas d'un accès adéquat aux outils et à la formation dont ils ont besoin pour mieux faire leur métier, en particulier concernant la formation aux compétences en affaires. Le secteur souffre également d'un manque de pratiques exemplaires adoptées et étayées.

Alors qu'une collaboration plus soutenue et plus productive du secteur est un moyen de partager l'expérience, l'expertise et les pratiques exemplaires communes, développer une collaboration

significative dans tout le secteur sera un enjeu majeur. Comme l'un des participants à la consultation l'a déclaré : « C'est un secteur très risqué, soutenu

le plus souvent grâce à l'investissement personnel. Il est important de ne pas l'oublier lorsque l'on réunit des gens. »

## Recommandations :

1. Étudier la possibilité de créer un centre de ressources en ligne, profitant en ceci du succès des concerts en Ontario, pour fournir des outils aux professionnels du spectacle et les aider à accéder aux pratiques exemplaires du secteur.
2. Définir des priorités, identifier et développer des occasions de collaboration du secteur et engager ce dernier dans un dialogue significatif sur le renforcement de ses capacités professionnelles.
3. Identifier les occasions de renforcer la formation par l'entremise de dialogues avec les associations et les organismes de formation.

# Promotion et marketing

Yao, Centre national des Arts, Ottawa  
Crédit photo : Joël Ducharme



## ***Des solutions créatives pour bâtir un public dans le secteur de la musique en concert en Ontario***

Augmenter la fréquentation du public est essentiel à la réussite à long terme du secteur de la musique en concert. Les artistes dépendent de publics réceptifs et engagés prêts à sortir et à assister à leurs spectacles; quant aux promoteurs et aux propriétaires de salles, ils comptent sur eux pour acheter des billets ou payer des droits d'entrée. Trouver des moyens pour bâtir et renouveler les auditoires, en particulier par l'entremise d'une promotion et d'un marketing efficaces des diverses scènes musicales de l'Ontario est un sujet de préoccupation pour tous dans le secteur de la musique en concert.

Les gens de l'industrie et au-delà sont convaincus que ce secteur de l'Ontario est une ressource sous-développée ayant un potentiel énorme en matière de répercussions économiques, sociales et culturelles. Les concerts peuvent,

et devraient, de plus en plus nouer des partenariats avec des villes, des organismes touristiques et d'autres secteurs de l'industrie pour attirer le public et les touristes.

### **Comprendre le public**

Notre consultation a révélé que les présentateurs et les promoteurs en Ontario ont généralement une bonne connaissance de leurs publics et des nouveaux marchés potentiels. Ceci peut être attribué en grande partie à l'accès sans précédent aux médias sociaux comme outil de marketing et aux mesures qui accompagnent ces outils. Cependant, les participants à notre consultation ont rapporté qu'il y a toujours un désir de données plus complètes (question abordée ci-dessous dans la section Mesure des répercussions) et que tous les

promoteurs et présentateurs n'utilisent pas les outils disponibles. Les petits événements, en particulier, peuvent manquer de la capacité à utiliser les données de manière efficace même lorsque les ressources leur sont connues et disponibles.

Selon notre étude, les nouveaux promoteurs éprouvent parfois des difficultés à comprendre ce que veulent les commanditaires et les annonceurs, un composant clé de leurs activités directement lié à la croissance.

Parallèlement, les présentateurs de musique francophone, ceux qui programment des événements totalement en français, sont souvent dans des collectivités plus petites et plus rurales et sont moins enclins à prendre des risques avec la programmation. Ils sont

# Promotion et marketing

The PepTides, Westboro FUSE Festival, Ottawa  
Crédit photo : Andre R. Gagne



plus susceptibles de réserver des actes établis et ne sont pas expérimentés dans les nouveaux genres. La difficulté de la collecte et de l'accès aux données relatives aux préférences du public francophone exacerbe ce problème, ce qui en fin de compte peut priver les nouveaux genres de publics et de possibilités dans ces collectivités.

## Conclure des partenariats efficaces

Des partenariats avec des villes, des organismes touristiques et d'autres secteurs d'activités peuvent être un moyen de commercialiser et de promouvoir les concerts. Le rôle des concerts en tant qu'attraction prépondérante pour les visiteurs est de plus en plus étudié. Un rapport de 2013 du Conseil des arts de l'Ontario, intitulé *Profil*

*du tourisme artistique et culturel en Ontario*, a mis en évidence le fait que les touristes intéressés par l'art et la culture dépensent davantage et restent plus longtemps que d'autres types de touristes.

Cependant, les secteurs du tourisme et de la musique en concert sont peu conscients des possibilités mutuelles que présente un partenariat. Plusieurs participants à notre consultation ont également fait remarquer que tisser des liens avec des organismes touristiques ou des entreprises est beaucoup plus difficile pour les petits organismes et ceux des collectivités rurales.

Conclure ces partenariats est une priorité importante du secteur et les possibilités de perfectionnement professionnel, telles que la Canadian Music Week, pourraient être exploitées pour répondre à ce besoin.

Les organismes du secteur, comme Music Canada Live, pourraient également appuyer cet objectif en offrant des outils ou des ressources qui répondent aux besoins, tels que :

- les Canadian Live Music Industry Awards;
- les délégations commerciales des festivals de musique et des marchés avoisinants;
- faciliter des relations plus fortes avec les organismes touristiques, tels que Destination Ontario.

## Le portail Ontario En Concert

En tant que site Web répertoriant les concerts de manière exhaustive, le portail Ontario En Concert ([ontarioenconcert.ca](http://ontarioenconcert.ca)) peut être une ressource essentielle

# Promotion et marketing

CityFolk, Ottawa

Crédit photo : Steve Gerecke



The Beaches, Horseshoe Tavern, Toronto

Crédit photo : Canadian Music Week



à l'activation de la *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*. Il présente une liste des spectacles de chaque région de la province et des collectivités, grandes et petites. Le portail sert de guichet unique pour les offres de concerts partout dans la province, tant aux utilisateurs locaux qu'aux visiteurs. Les listes du portail sont remplies par des échanges de données agrégées, des soumissions de présentateurs de spectacles indépendants et les artistes eux-mêmes.

Le portail représente une excellente ressource potentielle pour le secteur, répertoriant près de dix mille événements sur une année donnée, mais requiert au final une reconnaissance plus grande et des ressources dédiées pour la croissance. Cela pourrait être également un outil puissant pour atteindre des millions de visiteurs de l'Ontario chaque année, leur permettant de planifier leur visite, ou de l'améliorer, grâce à des concerts.

## Recommandations :

1. Encourager l'élaboration et le partage de pratiques exemplaires en rassemblant et en utilisant les données d'audiences.
2. Soutenir le partage des renseignements et nouer des relations entre l'industrie de la musique en concert et l'industrie du tourisme et de l'hébergement afin de promouvoir l'Ontario comme destination de concert de premier ordre.
3. Explorer la possibilité d'ententes réciproques entre l'Ontario, le Québec et d'autres marchés canadiens afin de réduire les obstacles à l'accès à leurs marchés de concerts francophones respectifs.
4. Développer une approche coordonnée pour la promotion des concerts en Ontario afin de mettre en évidence la province en tant que destination musicale de choix.
5. Donner la priorité à la durabilité et à la croissance du portail Ontario En Concert en tissant des liens plus forts avec les agences et les organismes touristiques, et en poursuivant d'autres mesures pour soutenir le portail.

# Facteurs de réglementation et coordination gouvernementale



Moscow Apartment, The Dakota Tavern, Toronto  
Crédit photo : Douglas Smith

## **Répondre à la réglementation, à la politique d'intérêt public et à la coordination dans tous les ministères et niveaux de gouvernement**

Un aspect important de cette *Vision* est la création d'un paysage plus positif pour les concerts en Ontario en nouant des relations plus fortes avec les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux qui définissent la politique et la réglementation, ou sont des influenceurs essentiels au processus.

### **Défis de nature réglementaire**

De nombreuses questions de réglementation et de politique importantes pourraient être traitées à travers le plaidoyer à tous les niveaux du gouvernement à court, moyen et long terme, afin de créer un paysage plus favorable à la présentation de concerts.

L'interprétation des réglementations de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (CAJO) et leur application par les services de police, est inégale et manque de transparence, entre et au sein des régions de la province, et par

genre de musique. Une communication inadaptée entre les régulateurs municipaux et provinciaux aggrave le problème. Il en résulte un patchwork d'exigences pour les festivals et les événements, certains étant confrontés à des obstacles exagérément lourds, à des coûts prohibitifs. Une réglementation équilibrée, appliquée de manière équitable et transparente, avec des possibilités raisonnables de réparation, est nécessaire au développement de festivals et d'événements musicaux pérennes dans toute la province.

De même, il y a un manque de transparence et d'équité perçu concernant le niveau de sécurité requis pour les festivals et les événements musicaux. Ces exigences sont déterminées par les services de police. Ces derniers décident également du nombre d'agents de police qui ne sont pas en service qui doivent être rappelés dans les rangs (à un coût horaire non négociable) pour être conformes

aux exigences qu'ils définissent. Cette dynamique limite les possibilités des festivals et des événements musicaux de développer des stratégies pour gérer les coûts liés à la sécurité.

Le zonage municipal, ainsi que les règlements sur le bruit, constituent souvent des obstacles insurmontables pour la présentation de concerts, en salle comme en extérieur. Il est important de s'assurer que les règlements sont équilibrés afin qu'ils répondent aux intérêts de ceux qui peuvent être affectés par les représentations musicales ayant lieu dans leur voisinage, sans imposer de restrictions excessives aux présentateurs.

Les impôts fonciers basés sur une valeur estimée rendent plus difficile l'entretien de salles de concert dans des zones où la valeur des propriétés est élevée et augmente. Ainsi, et dans les grands centres urbains en particulier, les loyers des salles ont augmenté au point qu'elles

# Facteurs de réglementation et coordination gouvernementale



Quique Escamilla

Amy Helm, CityFolk, Ottawa  
Crédit photo : W.P. McElligott



deviennent non viables pour le modèle économique des concerts. De même, le coût de renonciation des propriétaires/présentateurs de salles est devenu si élevé qu'il devient de plus en plus difficile de justifier l'utilisation permanente d'un bien immobilier à des fins de spectacle.

## Coordination gouvernementale

Les participants à notre consultation ont appelé à l'amélioration de la coordination entre les organismes gouvernementaux afin de réduire les conséquences involontaires.

Par exemple, la légalisation et la réglementation du cannabis qui doivent prendre effet durant l'été 2018 peuvent générer des difficultés pour les présentateurs de concerts en Ontario. L'incertitude quant à la mise en œuvre du nouveau cadre légal fait naître des inquiétudes sur le fait que son application risque d'entraîner une hausse des incidents liés à la consommation de cannabis durant les concerts.

La *Loi de 2017 sur le renforcement de la protection des consommateurs ontariens* inclut un plafond pour le prix de revente des billets à 50 % au-dessus de leur valeur

nominale, et requiert que les entreprises qui vendent ou revendent des billets divulguent cette information importante aux clients. Le plafond du prix de revente défie le modèle économique des concerts jouissant d'une forte demande. Le secteur et le gouvernement devraient travailler ensemble afin de surveiller les répercussions de cette législation.

Les barrières auxquelles sont confrontés les musiciens canadiens se produisant aux États-Unis ou dans d'autres pays gênent la croissance de notre secteur musical et les carrières des artistes. Cette *Vision* appuie les efforts des organismes œuvrant en vue d'améliorer l'environnement des artistes musicaux canadiens sur les marchés extérieurs du Canada. Cela inclut le travail de la Canadian Independent Music Association qui fait pression pour un traitement réciproque dans l'obtention des visas de travail des tournées et un meilleur traitement en ce qui concerne les retenues d'impôts.

## Collaboration et promotion

Pour exploiter le plein potentiel du secteur de la musique en concert, il est primordial de travailler ensemble pour défendre avec vigueur de meilleurs cadres de réglementation et de politique, à tous

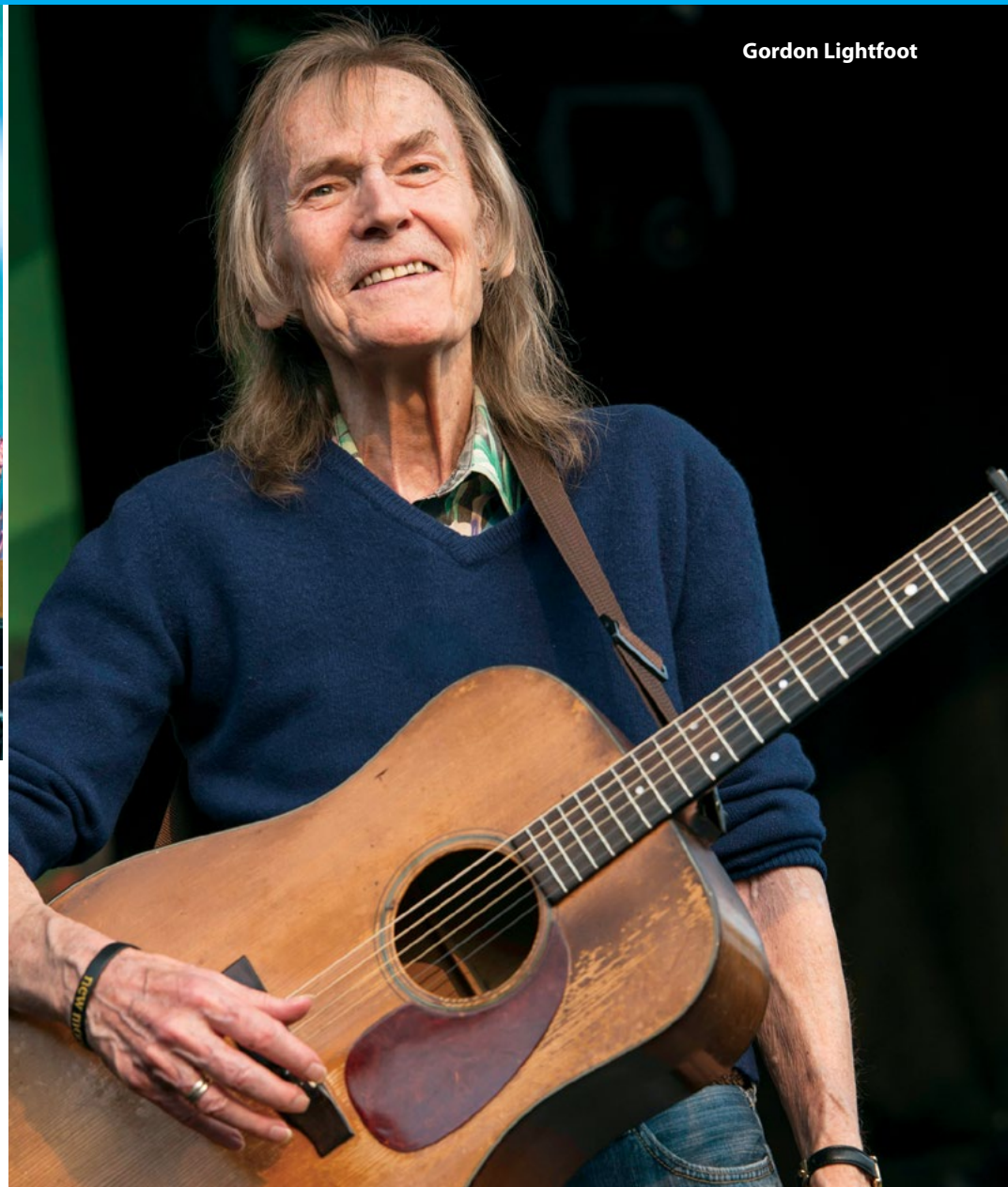
les niveaux du gouvernement et dans tous les ministères et les organismes qui ont une incidence sur le secteur de la musique en concert. Cela nécessite de mobiliser la base afin de développer des efforts de promotion efficaces et de susciter un changement positif.

## Relations stratégiques

Il existe de nombreux organismes gouvernementaux dont les décisions ont une incidence sur le secteur de la musique en concert et avec lesquels de nombreux acteurs de ce secteur ont déjà noué une relation de travail. Il s'agit notamment :

- de ministères et d'organismes fédéraux, comme Patrimoine canadien et FACTOR;
- de ministères provinciaux, dont le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et ses organismes, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (Fonds ontarien de promotion de la musique), le Conseil des arts de l'Ontario, la Fondation Trillium de l'Ontario, ainsi que le programme Fêtons l'Ontario;
- de gouvernements municipaux et de bureaux de promotion de la musique.

# Facteurs de réglementation et coordination gouvernementale



Gordon Lightfoot

Parmi les autres partenaires, on peut citer :

- Destination Ontario;
- les organismes touristiques régionaux, l'Association de l'industrie touristique du Canada;
- les chambres de commerce, y compris leurs organisations parapluies provinciales et fédérales;
- les zones d'amélioration commerciales et leurs associations de tutelle;
- les sociétés de développement régional;
- les organismes de développement économique;
- le Réseau des villes créatives du Canada;
- Statistique Canada;
- la Fédération canadienne des musiciens;
- l'industrie de la musique et les associations musicales locales;
- les collectifs des droits musicaux.

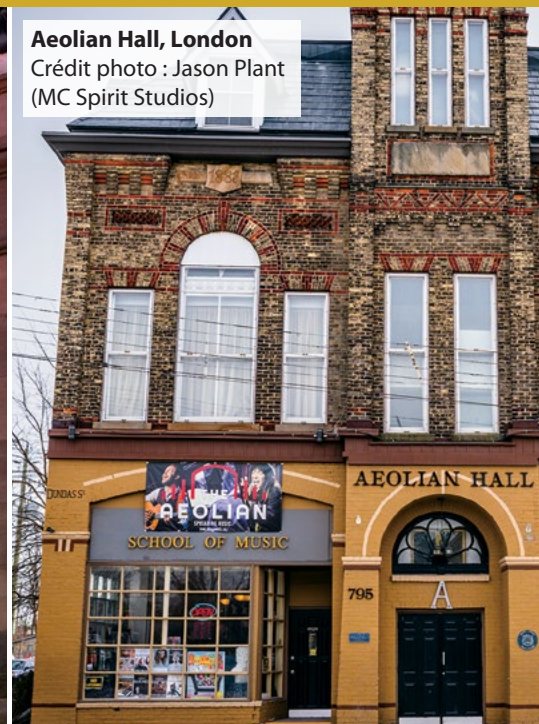
## Recommandations :

1. Renforcer les relations à tous les niveaux du gouvernement (provincial, fédéral et municipal) dans l'ensemble de l'Ontario afin de stimuler les efforts en matière d'éducation et de promotion de l'industrie de la musique en concert.
2. Identifier les défis stratégiques et réglementaires prioritaires communs à l'industrie de la musique en concert et élaborer des stratégies afin d'engager les ministères et organismes gouvernementaux pertinents à améliorer le paysage stratégique et réglementaire.
3. Coordonner le travail avec l'industrie musicale et d'autres associations du secteur sur des questions d'intérêt mutuel.

# Infrastructure de l'industrie



Massey Hall, Toronto



## **Augmenter l'utilisation de l'infrastructure (salles, technologie, équipement) afin d'améliorer l'expérience du public, renforcer le secteur, et répondre aux besoins de l'industrie**

Il n'y a pas de spectacle sans scène.

Que faire si davantage de salles de concert ferment leurs portes? Que faire si les festivals ne peuvent pas avoir lieu en raison d'une infrastructure faible ou défaillante? Qu'advient-il si les cadres stratégiques et réglementaires ne suivent pas le rythme de la hausse des loyers, l'embourgeoisement des quartiers ou l'évolution des villes? Ce ne sont pas seulement les concerts qui en souffrent. Ces facteurs affectent la totalité de la structure sociale et culturelle de nos collectivités et la qualité de vie dont nous jouissons et que nous attendons en Ontario.

Les espaces de concert sont des incubateurs, des carrefours sociaux et des lieux de rassemblement pour toutes sortes d'artistes et d'individus. Il s'agit de petites entreprises, d'organismes communautaires et dans de nombreux cas, en particulier lorsque des festivals sont concernés, ce sont des institutions pionnières, vieilles de plusieurs dizaines d'années, avec des héritages qui continuent d'avoir une incidence sur plusieurs générations d'Ontariens. Les

espaces de concert sont juste aussi importants pour nos quartiers et nos villes que les bibliothèques et autres institutions culturelles. Le secteur et le gouvernement doivent comprendre et intérioriser l'importance essentielle de « la scène ».

### **Difficultés auxquelles sont confrontées les salles de concert**

Les salles de concert de la province sont confrontées à des pressions financières et sociales similaires. La hausse des loyers, l'embourgeoisement des quartiers et l'évolution des villes sont les facteurs combinés qui poussent les salles de concert à succès, importantes sur le plan historique à se démener et empêchent les nouvelles de prospérer. Les nombreuses difficultés auxquelles doivent faire face les salles de concert peuvent mener à une diminution du public et à une baisse de revenu. Les plaintes pour bruit ou autres de la part d'au moins une personne peuvent contribuer à l'annulation des festivals de musique dans les espaces publics. La hausse des coûts peut entraîner la vente et la perte pure et nette

d'espaces musicaux historiques.<sup>5</sup>

Les salles de concert entrent souvent en conflit avec les voisins qui déclarent « pas de ça chez moi » ouvrant la porte aux obstacles réglementaires et créant d'autres difficultés. Elles se démènent également pour rénover leur infrastructure physique et apporter d'autres modifications, ce qui peut s'avérer onéreux, mais pas absolument nécessaire pour maintenir la salle opérationnelle à un niveau professionnel.

Les participants à la consultation ont suggéré qu'une meilleure utilisation de certains biens existants, comme des salles ou des scènes appartenant au gouvernement, pourrait soutenir le secteur de la musique en concert. Les répondants ont indiqué que la programmation de ces salles est souvent en concurrence avec celle de salles du secteur privé. En même temps, les salles appartenant à l'État souffrent souvent d'une infrastructure obsolète et pourraient soutenir l'industrie et les activités connexes de manière plus efficace si elles étaient mieux entretenues et utilisées.

<sup>5</sup> « Live music's last hurrah? » David McPherson, Globe and Mail, 18 décembre 2017. Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/industry-news/property-report/property-report-livemusic/article37370297/>

# Infrastructure de l'industrie



**The Townhouse Tavern, Sudbury**  
Crédit photo : Paul Loewenberg



## Le marché pour tous les âges est mal desservi

Les résultats de notre consultation indiquent que la demande du public en matière de spectacles pour tous les âges est actuellement insatisfaite en Ontario. Une première raison à cela est que le modèle commercial type repose sur la vente d'alcool pour couvrir les coûts et générer du profit pour la présentation de concerts, ce qui fait que ces événements sont commercialisés et destinés uniquement aux adultes.

Les spectacles pour tous les âges offrent aux artistes confirmés davantage d'occasions de se produire en spectacle. Ils offrent également aux nouveaux artistes, et aux promoteurs et producteurs de demain, la possibilité d'apprendre et d'aiguiser leurs talents devant des publics en direct. Chose très importante, ils systématisent un amour de la musique en direct et de l'expérience du concert, dans les cœurs et dans les esprits des jeunes qui seront les publics de demain.

## Étendre le répertoire des salles de concert de l'Ontario

Les espaces publics, tels que bibliothèques, centres communautaires et écoles constituent une ressource

inexploitée douée du potentiel pour accroître l'infrastructure des salles de concert de l'Ontario de manière significative. Cette infrastructure existe dans presque toutes les collectivités de l'Ontario. Si des politiques réalisables sur l'utilisation pendant le temps libre étaient élaborées, ces espaces pourraient être utilisés pour la présentation d'événements pour tous les âges et d'autres représentations.

Ces espaces publics sont même essentiels pour les concerts dans les communautés rurales, francophones et minoritaires

de la province. Toutes les collectivités ne possèdent pas de salle dédiée à la musique, mais elles ont souvent des espaces publics qui pourraient être utilisés pour combler ce manque.

Le Festival of Small Halls de l'Ontario tire activement profit de ces espaces insuffisamment utilisés en association avec les partenaires locaux. Le Festival fait entrer les artistes dans une multitude d'espaces, les convertissant en salles temporaires dans les petites villes de l'Ontario.

## Recommandations :

1. Rassembler des données sur l'infrastructure existante des concerts (p. ex., salles, scènes) pour avoir une meilleure connaissance de ces ressources.
2. Travailler avec les municipalités, les collectivités et les conseils scolaires afin d'élaborer des politiques qui permettent l'utilisation des espaces publics et non traditionnels (p. ex., DIY) pendant le temps libre à des fins de présentation de concerts.
3. Promouvoir de meilleures politiques provinciales et municipales afin d'entretenir et de protéger les salles de spectacle et de répétition et soutenir l'apparition de nouvelles salles.
4. Donner la priorité aux recherches sur la présentation de concerts pour tous les âges comme étape cruciale du développement d'auditoire.

# Mesure des répercussions

Spencer MacKenzie, Michael Dunston,  
Collin Barrett, Quisha Wint, Ben Riley,  
Lance Anderson (Arrangeur /Directeur),  
An Evening of Blues & Gospel VII, St. Paul's Centre, Orillia  
Crédit photo : Andrew Strauss



## **Améliorer la mesure des répercussions du secteur de la musique en concert grâce à une meilleure utilisation du rassemblement de données probantes, de la collecte de données et de l'analyse**

Si chaque bonne chanson raconte une histoire, alors la recherche sera le plus grand succès de l'industrie. Les données et les statistiques nous permettent de communiquer notre proposition de valeur unique et importante, plaidant en faveur des avantages économiques, sociaux et culturels offerts par le concert.

### **Sources de données existantes**

Actuellement, les données d'une gamme de sources sont utilisées pour fournir des estimations de l'importance du secteur de la musique en concert. Cela inclut des statistiques gouvernementales, des études de marché, des données sur les adhésions et d'autres renseignements sur les musiciens et les organismes, ainsi que des statistiques sur les recettes et la fréquentation des concerts.

Par exemple, Statistique Canada collecte des données financières et des faits saillants de l'industrie, notamment les recettes, les dépenses et les marges bénéficiaires d'exploitation sur les arts du spectacle par l'entremise de son *Enquête annuelle sur les industries de services : sports-spectacles, promoteurs d'événements,*

*artistes et industries connexes.* Cependant, cette source de données a une valeur restreinte pour notre secteur, car elle ne diffuse pas de rapport sur le concert en tant que catégorie distincte.

Les données du compte satellite de la culture (CSC) fournissent des renseignements sur la valeur totale des industries des arts et culturelles du Canada (décomposée par province et territoire), y compris des données sur les spectacles en direct. Une limite importante du CSC est que le concert n'a pas été identifié comme un sous-domaine distinct, ce qui signifie que certains aspects de la musique en concert (p. ex., les festivals de musique, les concerts dans des salles non dédiées à la musique, comme des bars et des espaces événementiels polyvalents) ne sont pas pris en compte et faussent considérablement à la baisse la taille et la portée de l'industrie.

La société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) a récemment diffusé une étude sur l'intérêt des Canadiens urbains pour le concert. La SOCAN collecte également des données sur les revenus de droits d'auteur de l'interprétation en direct qui pourraient

permettre une analyse des revenus générés par les concerts. Aucune analyse approfondie n'a été réalisée à ce jour.<sup>6</sup>

Diverses publications et sources de données du secteur privé constituent également une autre source importante de connaissances sur la taille et l'impact de notre industrie. Mais ces données sont souvent onéreuses, ou ne sont pas décomposées de manière utile pour les exploitants du secteur de la musique en concert.

En décembre 2015, Music Canada a diffusé le rapport *Les concerts sont à la hauteur : Analyse d'impact économique de l'industrie des concerts en Ontario*, qui est décrit comme la toute première étude exhaustive à avoir été réalisée sur l'industrie de la musique en concert en Ontario, présentant des données et des renseignements essentiels à la prise des décisions du secteur, par le gouvernement et d'autres intervenants de l'industrie de la musique.

Toutes ces sources de données sont le reflet de différentes méthodologies de collecte. En règle générale, elles ne fournissent pas d'aperçu à l'échelle provinciale ou municipale, et n'ont donc

<sup>6</sup> La SOCAN a réalisé une analyse en 2013. Consultez « La musique en concert en croissance » à l'adresse : <https://www.socan.ca/fr/news/la-musique-en-concert-en-croissance>

# Mesure des répercussions



Buffy Sainte-Marie



Sade

Crédit photo : Maeghan Donohue



Jenna Strautman de Rotary Dial,  
The Piston, Toronto

Crédit photo : Conor McSweeney

pas été traduites en mesures d'incidence effective de notre secteur. Le tourisme, l'hébergement et d'autres industries pourraient bénéficier grandement des observations et conclusions directes et indirectes tirées de ces sources de données.

Selon Scott Lund, directeur général de SW Sports & Entertainment à Sudbury, les statistiques sont un élément catalyseur du développement du secteur des concerts à Sudbury. « Pour que le marché musical du Nord de l'Ontario atteigne tout son potentiel, il est important que des recherches soient engagées au niveau provincial et régional. Ceci est particulièrement crucial pour les petits marchés. Cela nous aide à prévoir et à soutenir la croissance afin que nous puissions exploiter les économies de notre musique locale à Sudbury et dans tout le Nord de l'Ontario. »

## Donner des priorités aux recherches futures

Vu la nature souvent ad hoc des concerts, la mesure d'incidence est un défi pour notre secteur. De plus, les concerts ont des répercussions importantes sur d'autres segments de notre économie qui sont difficiles à suivre. En outre, comme

notre industrie peut être fortement concurrentielle, encourager le partage des données pose une difficulté en soi.

*La Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* crée une véritable occasion de donner la priorité à la collecte et à l'analyse des données afin d'élaborer des recommandations globales à long terme basées sur des données probantes. Les recherches permettront au secteur d'évaluer la croissance et d'identifier d'autres possibilités, obstacles, défis et réussites. Plus important encore, en améliorant la mesure de l'impact de notre

secteur, nous pouvons garantir que nous sommes mieux équipés pour présenter une étude de cas plus solide sur les concerts lors de nos transactions avec des bailleurs de fonds privés, des financeurs privés et d'autres intérêts.

La présente *Vision* propose des recommandations fondamentales qui augmenteront la capacité des recherches du secteur de la musique en concert de l'Ontario et amélioreront la qualité et la portée des données et données probantes disponibles pour la prise de décisions et l'établissement des politiques.

## Recommandations :

1. Promouvoir et défendre une plus grande recherche continue sur l'impact de l'industrie de la musique en concert et encourager la coopération des associations du secteur dans ce sens.
2. Exploiter les ressources existantes, comme le portail Ontario En Concert, les bureaux de développement économique municipaux, les organismes touristiques et les associations du secteur de la musique pour les données.
3. Rechercher des partenariats avec des établissements de recherche universitaires et des sociétés de conseils et de recherches privées en vue de développer des données complètes et fiables.

# Prochaine étape

La *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* contient de nombreuses recommandations pour dynamiser la croissance du secteur de la musique en concert en Ontario et fournir une plateforme pour une augmentation de la collaboration dans le secteur. Les tâches du Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts vont désormais s'orienter vers la définition des priorités, l'élaboration de plans visant à actualiser les recommandations et l'encouragement des engagements dans tout le secteur de la musique en concert afin de donner vie à cette *Vision*.

La clé du succès de la *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* consiste à forger des liens solides entre les divers organismes ayant un intérêt à la réussite du secteur, au sein et en dehors de l'industrie de la musique en concert, avec des organismes gouvernementaux à tous les niveaux, et parmi les acteurs de l'industrie, grands et petits.

Pour sa part, le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario continuera à soutenir la collaboration entre le secteur et le gouvernement, représenté par le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts et son futur travail pour le développement d'une Stratégie de promotion des concerts de l'Ontario éclairée par la *Vision*.

La présente *Vision* constitue une discussion innovante sur l'industrie de la musique en concert de la province. Nous espérons qu'elle sera à l'origine d'un nouveau dialogue au sein de notre secteur et entre les divers éléments de l'industrie de la musique tout entière de notre province. Un principe majeur de cette *Vision* est l'inclusivité et l'établissement de passerelles dans le paysage varié de l'industrie de la musique de l'Ontario. La *Vision* est destinée à renforcer l'importance de tous les organismes et de toutes les associations travaillant ensemble dans le secteur de la musique afin de tisser des liens plus producteurs. Nous invitons tous les éléments de l'industrie de la musique, des artistes, associations et sociétés de gestion des droits d'auteur aux directeurs, promoteurs, exploitants de salles, admirateurs, gouvernement, entreprises et quiconque souhaitant faire progresser les intérêts de l'industrie de la musique en concert en Ontario, à participer à donner vie à cette *Vision*.

**Forty Seven Teeth, Wolfe Island Music Festival, Kingston**  
Crédit photo : Matt Forsythe



**Walk Off The Earth, CityFolk, Ottawa**  
Crédit photo : Steve Gerecke



**Five 2 Six, JamSchool Jamboree, Guelph**  
Crédit photo : Steve Thoms



## **Music Canada Live**

Music Canada Live est un organisme à but non lucratif du secteur, qui s'efforce d'aider l'industrie de la musique en concert à atteindre son plein potentiel par la recherche, la collaboration et les actions de promotion au Canada. C'est une ressource potentiellement essentielle pour ouvrir le dialogue et mettre en œuvre, promouvoir et suivre la *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*.

## **Tourisme**

Les expériences de divertissement, comme les concerts, sont des vecteurs importants du tourisme, qui en retour est lui-même un moteur économique important de l'Ontario. Les concerts sont porteurs d'un potentiel énorme pour attirer un plus grand nombre de visiteurs, soit comme attraction principale soit comme activité complémentaire. À travers cette *Vision*, nous espérons accélérer la création de nouvelles expériences touristiques, élargies grâce aux concerts, notamment des expériences multiculturelles, francophones et autochtones. La *Vision* reconnaît et promeut toutes les occasions d'établir un lien avec les organismes touristiques, dont Destination Ontario, l'organisme provincial responsable du marketing touristique.

## **Municipalités**

Les municipalités de l'Ontario mettent en œuvre des stratégies musicales locales qui reconnaissent formellement la valeur économique, culturelle et sociale des concerts et souhaitent développer les artistes locaux, les scènes musicales, les installations et la planification. Ces stratégies mettent l'accent sur des politiques favorables à la musique, la croissance économique et le renforcement des partenariats. De nombreuses municipalités, comme Toronto, Kitchener-Waterloo, Hamilton, London, Barrie et Ottawa, pour n'en citer que quelques-unes, ont pris des engagements en vue d'élaborer des stratégies afin d'augmenter l'activité liée aux concerts. La *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert* cherche à exploiter, faciliter et promouvoir ces efforts locaux.



**Dallas Smith, Rock the Park, London**

Crédit photo : Mark Spowart

# Annexe – Écosystème du secteur de la musique en concert en Ontario

Ci-dessous figure un aperçu des principaux organismes du secteur de la musique en concert

## BAILLEURS DE FONDS

### **Public**

Ministère du Patrimoine canadien  
Conseil des arts du Canada  
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario  
Destination Ontario  
Fêtons l'Ontario  
Conseil des arts de l'Ontario  
Fondation Trillium de l'Ontario.  
Conseils des arts et gouvernements municipaux  
SOCAN (privé/public)

### **Privé**

Radio Starmaker Fund

## GESTION DES DROITS DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

SOCAN (privé/public)  
Ré:Sonne  
ACTRA-RACS  
MROC  
Connect Music Licensing

## PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX

### **Niveau fédéral**

Ministère du Patrimoine canadien  
FACTOR

### **Ontario**

Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et ses organismes

### **De nombreux gouvernements municipaux et régionaux de l'Ontario**

## ORGANISMES APPARENTÉS

Réseau des villes créatives du Canada

## SYNDICATS

Fédération canadienne des musiciens  
Toronto Musicians' Association

## ORGANISMES LIÉS À LA MUSIQUE

Music Canada Live  
Canadian Independent Music Association (CIMA)  
Music Canada  
Women in Music Canada  
Toronto Music Advisory Council  
Supporting Performing Arts in Rural Communities SPARC  
Associations communautaires

### **Axés sur les artistes**

Music Ontario  
Toronto Blues Society  
CARAS  
Centre de musique canadienne  
Panthéon de la musique canadienne  
Coalition de l'industrie de la musique d'Ottawa  
Musique et film en mouvement  
Association des professionnels de la chanson et de la musique (APCM)  
Musique Folk du Canada  
Association des auteurs-compositeurs canadiens  
Music Managers Forum  
La Ligue canadienne des compositeurs

### **Réseaux de soutien des présentateurs**

Ontario Presents  
Réseau Ontario  
Folk Music Ontario  
Festivals & Events Ontario  
Orchestres Canada  
Opera.ca  
Choirs Ontario  
Jazz Festivals Canada  
CAPACOA

## Annexe – Définition du concert

La définition du concert\* établie par le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts est un événement dont la principale caractéristique artistique est une prestation musicale dans le cadre de laquelle les artistes sont rémunérés pour :

- chanter ou effectuer d'autres performances vocales;
- jouer d'un instrument sur scène, qu'il soit acoustique ou même électronique;
- manipuler des enregistrements sonores déjà existants de manière créative ou conservatrice;
- donner une représentation devant un public au même endroit.

Un large choix de lieux et de styles de spectacles est offert :

- des groupes jouant d'un instrument en direct aux DJ et musiciens de musique électronique;
- des styles traditionnels aux styles novateurs et expérimentaux pas encore définis;
- de l'interprétation de chansons originales aux reprises de chansons existantes;
- de l'opéra au théâtre musical;
- des petits récitals aux grands festivals;
- des styles issus de n'importe quel groupe culturel ou ethnique du monde aux nouveaux styles hybrides élaborés en Ontario;
- ainsi que des concerts représentant un élément d'événements non musicaux et de programmation.

---

\* Tous les éléments de cette définition ne s'appliquent pas nécessairement aux paramètres de financement des programmes publics.

**Allie X, Mod Club, Toronto**

Crédit photo : Canadian Music Week



# Remerciements



**Partner, Longboat Hall, Toronto**  
Crédit photo : Canadian Music Week



**Gerardo Contino y Los Habaneros, Lula Lounge, Toronto**  
Crédit photo : Anna Encheva

Le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts souhaiterait remercier les membres de l'Équipe de travail sur la Stratégie ontarienne de promotion des concerts pour leur dévouement, leurs précieux conseils et renseignements utiles tout au long du processus d'élaboration de la *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*.

**Erin Benjamin**  
Music Canada Live

**Jonathan Ramos**  
INK Entertainment

**Virginia Clark**  
Festival Wolfe Island Music; Grad Club

**Brian Ohl**  
Budweiser Gardens – Global Spectrum

**Julien Paquin**  
Paquin Artists Agency

**Gerry Hawes**  
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport

**Derek Andrews**  
Conseiller artistique indépendant,  
Festival Luminato

**Mark Monahan**  
RBC Ottawa Bluesfest; Festival of Small Halls

**John Parsons**  
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport

**Erik Hoffman**  
Live Nation Canada

**Natalie Bernardin**  
L'Association des professionnels de la chanson et de la musique (APCM)

**Adam Helfand-Green**  
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport

**Jesse Kumagai**  
Massey Hall & Roy Thomson Hall

**Tim Potocic**  
Festival Supercrawl; Sonic Unyon Records

**Alex Clement**  
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport

**Jon Bartlett**  
Kelp Management; MEGAPHONO

Un grand merci également à **Quentin Burgess** de Music Canada pour sa contribution au processus d'ébauche, et à la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) pour son soutien.

**Toutes les photos pas marquées d'un crédit sont une gracieuseté de Mariposa Folk Foundation.**

Les demandes de renseignements : OntarioLiveMusic@ontario.ca

Publié au printemps 2018

Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert

# Remerciements

**The Once, Centre national des Arts, Ottawa**

Crédit photo : D. Brian Campbell



Le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts souhaite également remercier toutes les personnes qui ont participé à la consultation pour apporter des réponses réfléchies à nos questions, partager des points de vue tirés de leurs expériences dans le secteur et réfléchir à comment l'industrie de la musique devrait aller de l'avant.

**Adam Sturgeon**

Winter Spectacular

**Amy Terrill**

Music Canada

**Darlene MacNeil**

Mills Hardware

**Dave Miller**

Festival Sound of Music

**Debbie Spence**

Ville de Hamilton

**Denise Jones**

Jones & Jones Productions Ltd.

**Ian Sloan**

New Vision United Church

**Jamie Mittendorf**

Blackout Fest / Blackout Productions

**Janie Renée**

Les Productions de l'Inconventionnelle

**Jeff Cohen**

Collective Concerts

Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert

**Jen Fox**

NXNE Inc.

**Jillian Kurtz**

Core Entertainment

**Josh Pothier**

Pandyamonium Management

**Kayla McGee**

Small World Music Society

**Kevin Donnelly**

True North Sports & Entertainment

**Lisa Breton**

Centre Francophone Hamilton

**Lou Molinaro**

This Ain't Hollywood

**Marilyn Gilbert**

Marilyn Gilbert Artists Management, Inc.

**Michael Murray**

Toronto Musicians' Association

**Pam Carter**

Mariposa Folk Foundation

**Patti-Anne Tarlton**

Ticketmaster

**Rachel Weldon**

Kelp Management

**Savanah Sewell**

Grickle Grass Festival

**Scott May**

Bar Robo

**Steve Jordan**

Polaris Music Prize

**Steve Purtelle**

Simply Acoustic Incorporated

**Terra Lightfoot**

Terra Lightfoot Band

**Tracy Jenkins**

Lula Music and Arts Centre

**Yaovi Hoyi**

Intello-Productions Inc.

