



Recommandations et pistes d'actions

visant la reprise de l'activité professionnelle musicale dans un contexte de pandémie

À l'intention :

Du ministère de la Culture et des Communications du Québec
Du ministère de la Santé et des services sociaux du Québec
Du ministère des Finances du Québec

Le CQM

Le Conseil québécois de la musique (CQM) regroupe les organismes et les individus professionnels œuvrant dans le domaine de la musique de concert. Par ses activités, il travaille à la cohésion, à la reconnaissance, au développement et à la défense des intérêts du milieu musical québécois.

Les présentes recommandations sont le résultat de consultations tenues auprès des membres du CQM les 5, 6 et 7 mai 2020.

Ce document est divisé en deux parties. La première présente les recommandations faites au gouvernement afin d'aider rapidement et adéquatement le milieu des musiques de concert à reprendre ses activités. La deuxième, quant à elle, présente des pistes d'actions à explorer et pour lesquelles le gouvernement pourrait être appelé à contribuer éventuellement. Le CQM entend poursuivre la concertation avec ses membres et ses partenaires afin de les aider à cheminer vers des solutions qui seront adaptées à la situation et idéalement pérennes.

Le CQM est conscient du travail colossal qui est actuellement réalisé par toutes les instances publiques afin de répondre aux impératifs que commande une crise telle que celle qui nous assaille en ce moment. La santé et la sécurité de tous sont les premiers critères qui doivent guider nos actions pour la reprise des activités professionnelles du milieu des musiques de concert et, lorsque ce sera possible, pour l'accueil du public en salle. Le milieu musical est prêt et souhaite signifier aux instances gouvernementales sa volonté à collaborer à une reprise rapide et sécuritaire de ses activités.

MISE EN CONTEXTE

Quelques constats

Alors que le confinement force le milieu musical à se tourner davantage vers les outils de diffusion numérique, les musiciens ne trouvent aucun moyen de générer un revenu décent avec les opportunités actuellement offertes sur le Web. Les habitudes de consommation sont conditionnées par une abondance de contenus gratuits ou à faibles coûts, qui ne saurait soutenir le coût réel de la création, de la production et de la diffusion des musiques de concert. Ainsi, pour assurer sa découvrabilité et son appréciation, la musique de concert québécoise doit se démarquer par une offre mondialisée et créative, tout en rivalisant avec les meilleurs et les géants, dont les moyens financiers sont incomparables face aux budgets souvent limités de nos membres.

D'autre part, la vente d'albums est remplacée par la lecture en continu (le streaming) et autres formules d'écoute en ligne qui offrent peu de revenus intéressants pour les musiciens.

De plus, devant cette omniprésence du Web, la radio et la télévision ont délaissé graduellement les captations de concerts. De nouveaux modèles d'affaires, inspirés du numérique, ont fait leur apparition et les ensembles se sont vus proposer des ententes de partages de risques et de propriété intellectuelle. Cependant, les cachets des musiciens pour les captations ont été revus à la baisse.

Finalement, les outils Web sont utilisés davantage à des fins de mise en marché, pour entretenir l'image de marque des ensembles et pour maintenir le lien avec le public, plutôt que pour constituer une offre de produits musicaux numériques diversifiés. L'utilisation du Web dans ce contexte représente pour les ensembles un investissement plutôt qu'une source de revenus.

Ainsi, pour assurer leurs revenus, les musiciens et ensembles musicaux font ce qu'ils font le mieux, c'est-à-dire performer devant un auditoire en s'inscrivant dans l'offre de concerts vivants.

Avec le confinement obligatoire, c'est l'ensemble des revenus de nos membres qui se sont taris. Les mesures sanitaires strictes et de distanciation sociale devront être respectées lors de la reprise des activités musicales, ce qui nécessitera une reprise lente des arts vivants. Il apparaît donc évident que les revenus ne reviendront pas à la normale à court terme pour rencontrer les coûts associés à la création, la production et la diffusion de concerts et autres activités musicales.

Finalement, la visibilité marginale des musiques de concert dans les médias de masse fait en sorte que les ensembles, qui doivent en temps normal rivaliser d'ingéniosité afin d'être découverts et entendus, devront faire preuve de résilience et de créativité pour ne pas perdre leurs acquis et maintenir le lien auprès de leurs publics variés. Il nous apparaît important que la promotion des musiques de concert en ces temps de crise soit primordiale pour la reprise des activités.



La capacité d'une reprise sécuritaire des activités

La nature du travail des musiciens et le fonctionnement des ensembles sont un atout pour la reprise rapide des activités du secteur musical. Le nombre modéré de répétitions en groupe, l'absence de contacts physiques entre les artistes et des équipes de productions modestes faciliteront l'implantation des mesures sanitaires qui seront imposées. Les répétitions et les enregistrements en studio ou en salle pourront reprendre au même rythme que le retour au travail d'employés d'autres secteurs d'activité économique. L'accès à des lieux de répétition appropriés, surtout pour les grands ensembles, demeure un enjeu important. L'utilisation de salles de spectacles fermées en raison de la pandémie et de lieux alternatifs, tels que les églises, tant pour les répétitions que pour les concerts, est à explorer.

Naturellement, un effort d'adaptation, tant dans les façons de faire que dans les propositions artistiques, devra être fait pour faciliter le respect des mesures qui seront dictées par la Santé publique.

Les ensembles à Québec et en région seront sans doute parmi les premiers à bénéficier d'un déconfinement graduel. Toutefois, les impacts des mesures de distanciations sociales pourraient se faire sentir au sein même des grands ensembles en région qui emploient des musiciens provenant de Montréal et des régions périphériques. Des coûts supplémentaires sont alors à prévoir pour le transport et l'hébergement des musiciens qui devront respecter les mesures de distanciation sociales lors de leurs déplacements et pendant leurs séjours.

Puisque le milieu musical sera parmi les premiers à reprendre ses activités, il sera alors primordial de saisir l'opportunité de coordonner une campagne de promotion des musiques de concert, tout en rassurant la population sur la réduction des risques de transmission de la COVID 19 grâce aux mesures sanitaires qui seront mises en place.

Finalement, à la proposition d'innover dans les façons de faire et de rendre possible des modes de consommation de la culture différents de ce que les musiques de concerts ont offert jusqu'à maintenant, la réponse est simple. Les ensembles et les musiciens ont la capacité créative de la faire, encore faut-il qu'ils en aient les moyens. Leurs efforts doivent être soutenus par des modes de diffusion qui leur assureront des revenus consistants. Ceci ne sera possible que si le public est au rendez-vous et prêt à déboursier pour avoir accès aux concerts, qu'ils soient vivants ou virtuels, traditionnels ou en réalité augmentée. Si les modes de consommation numérique demeurent sous l'égide de la gratuité pour tous, la population devra alors considérer la culture comme étant un bien essentiel et accepter qu'elle fasse partie des services collectifs payés par les impôts.



RECOMMANDATIONS

Mesures sanitaires

- **CONSIDÉRANT QUE** pour le secteur musical, le nombre modéré de répétitions en groupe, l'absence de contacts physiques entre les artistes et des équipes de productions modestes faciliteront l'implantation des mesures sanitaires qui seront imposées;
 - **CONSIDÉRANT QUE** le retour au travail est permis dans d'autres secteurs d'activité économique;
 - **CONSIDÉRANT QUE** les répétitions font partie de la rémunération des musiciens;
 - **CONSIDÉRANT QUE** plusieurs ensembles peuvent adapter leurs effectifs en fonction des répertoires choisis et des mesures imposées;
 - **CONSIDÉRANT QU'**il sera de la responsabilité des gestionnaires des lieux d'évaluer leur capacité à accueillir de manière sécuritaire, le personnel, les artistes et le public et d'élaborer un plan d'implantation des mesures sanitaires propre à leur situation;
1. **IL EST RECOMMANDÉ d'émettre sans tarder des directives sanitaires claires adaptées aux diverses réalités du milieu culturel afin d'assurer le retour au travail et une reprise variable, graduelle et sécuritaire des activités musicales;**

Représentation auprès du gouvernement fédéral

- **CONSIDÉRANT QUE** la reprise des activités se fera de façon progressive et que les mesures sanitaires imposées pour la sécurité de tous retarderont les activités de plusieurs musiciens et ensembles musicaux :
2. **IL EST RECOMMANDÉ de mener des représentations auprès du gouvernement fédéral afin que les mesures d'aide d'urgence mises en place soient prolongées tant et aussi longtemps que le milieu culturel ne retrouvera pas sa pleine capacité d'action.**
 3. **ET IL EST RECOMMANDÉ de prévoir une compensation du gouvernement provincial, advenant un retrait trop hâtif du fédéral.**



Soutien aux organismes musicaux

- **CONSIDÉRANT QUE** les organismes musicaux devront composer avec une lente reprise graduelle des activités avant qu'ils retrouvent la stabilité qui prévalait avant la crise;
4. **IL EST RECOMMANDÉ de créer un fonds de stabilisation des organismes culturels qui leur permettra de reprendre et de maintenir leurs activités jusqu'à ce que la situation se stabilise.**

Rôle du CALQ et de la SODEC

- **CONSIDÉRANT QUE** le Québec s'est doté de sociétés d'État dont le but est de soutenir financièrement les artistes, les organismes et les entreprises culturelles;
5. **IL EST RECOMMANDÉ de solidifier le rôle du CALQ et de la SODEC dans leur capacité à soutenir les initiatives du milieu pendant la sortie de crise et la relance;**

NOTAMMENT en ce qui a trait à :

La production de contenu numérique original

- **CONSIDÉRANT** les nouvelles habitudes du public de consommer des contenus musicaux gratuits en ligne depuis le début de la pandémie;
 - **CONSIDÉRANT QUE** les modèles de monétisation des contenus numériques sont en développement;
 - **CONSIDÉRANT QUE** les droits d'auteurs et de suite doivent être mieux respectés et rémunérés;
 - **CONSIDÉRANT QUE** les modèles de rémunération de la chaîne d'acteurs culturels pour les contenus numérique sont en développement;
 - **CONSIDÉRANT QUE** la production de contenu numérique demande une expertise en soi et que les organismes devront faire appel à des professionnels;
6. **IL EST RECOMMANDÉ de soutenir la production de nouveaux contenus numériques originaux tout en respectant une juste rémunération des artistes et artisans;**



Le soutien aux lieux de diffusion et aux producteurs

- **CONSIDÉRANT QUE** la nature des événements culturels implique le rassemblement des publics;
- **CONSIDÉRANT QUE** les lieux de diffusion peuvent difficilement ou ne peuvent changer de configuration de salle pour respecter les mesures de distanciation et devront donc diminuer considérablement leur jauge;
- **CONSIDÉRANT QUE** les services connexes tels que les bars ne pourront être ouverts, diminuant ainsi les revenus autonomes des diffuseurs;
- **CONSIDÉRANT QU'**afin de maintenir l'écologie de la chaîne culturelle, les diffuseurs et les producteurs doivent offrir des cachets raisonnables aux artistes malgré les jauges réduites;

7. IL EST RECOMMANDÉ de mettre en place un programme de soutien temporaire pour les lieux de diffusion et les producteurs afin de minimiser les pertes des concerts présentés à jauge réduite.

- **CONSIDÉRANT QUE** l'implantation des mesures sanitaires demande une grande adaptation de la part des lieux de diffusion;
- **CONSIDÉRANT QUE** la sécurité des publics impose de grands frais additionnels pour la désinfection des lieux et du matériel, et la fourniture d'équipement de protection tels que des masques;

8. IL EST RECOMMANDÉ QUE de soutenir financièrement les lieux de diffusion pour se conformer aux mesures sanitaires imposées permettant l'accueil des publics.

L'aide à la relève artistique

- **CONSIDÉRANT QUE** les musiciens et ensembles musicaux de la relève sont durement touchés par la réduction des opportunités de travail entraînée par la crise :

9. IL EST RECOMMANDÉ de mettre en place un programme de parrainage, qui, en jumelant un ensemble de la relève à un ensemble sénior, permettra aux musiciens et ensembles de la relève de profiter des outils, des conseils et du réseau des ensembles séniors dans leurs démarches

Jeune public

- **CONSIDÉRANT QUE** les sorties culturelles scolaires seront grandement impactées tout au long de l'année 2021;
- **CONSIDÉRANT QUE** des enveloppes destinées à financer les sorties scolaires resteront inutilisées;
- **CONSIDÉRANT QUE** les lieux de diffusion et compagnies artistiques collaborent à la présentation de spectacles jeune public;

10. IL EST RECOMMANDÉ de travailler en concertation avec le secteur de l'Éducation et de la Culture afin d'adapter l'offre musicale destinée au jeune public afin de maintenir la présence de la musique auprès des clientèles scolaires.

Campagnes de promotion

- **CONSIDÉRANT QUE** les publics n'ont pas tous la même confiance envers la sécurité des lieux;
- **CONSIDÉRANT QUE** les mesures sanitaires ne sont pas toujours bien comprises par les populations;
- **CONSIDÉRANT QUE** le climat de peur installé par la pandémie et les nouvelles mesures sanitaires qui seront en place pour relancer les concerts/spectacles en salles;

11. IL EST RECOMMANDÉ de mettre en œuvre une campagne publicitaire pour promouvoir l'accès sécuritaire aux salles de concert/spectacles

- **CONSIDÉRANT QUE** la musique de concert sera parmi les premières formes d'art de la scène à offrir des activités;

12. IL EST RECOMMANDÉ de mettre en œuvre une campagne publicitaire pour promouvoir les musiques de concert pendant la reprise.

- **CONSIDÉRANT QUE** les habitudes de consommation des contenus culturels numériques sont conditionnées par une abondance de contenus gratuits ou à faibles coûts, qui ne saurait soutenir le coût réel de la création, de la production et de la diffusion des musiques de concert;

13. IL EST RECOMMANDÉ de mettre en œuvre une campagne publicitaire afin de sensibiliser le public à la valeur de la culture et d'encourager la consommation de contenus culturels numériques sur des plateformes payantes et qui respecte la juste distribution des redevances aux artistes.



Accès à Internet haute vitesse

- **CONSIDÉRANT QUE** le Gouvernement encourage le milieu culturel à revoir ses modèles d'affaires et à se tourner vers le numérique;
- **CONSIDÉRANT QUE** le milieu de la musique développe des contenus et des initiatives numériques pour maintenir le lien avec son public,
- **CONSIDÉRANT QUE** la presque totalité (98 %) des Canadiens vivant en ville a accès à Internet haute vitesse, alors que 42% des communautés rurales et 15% des communautés éloignées y ont accès;
- **CONSIDÉRANT QUE** le développement des publics numériques dépend d'un accès de qualité aux contenus numériques;

14. IL EST RECOMMANDÉ d'assurer l'accès à Internet haute vitesse dans toutes les régions du Québec.

GAFAM

- **CONSIDÉRANT QUE** les sociétés GAFAM ont augmenté drastiquement leurs revenus durant la pandémie au détriment d'artistes qui ne reçoivent aucune rémunération pour le contenu qu'ils ont fourni en ligne;
- **CONSIDÉRANT QUE** le Rapport Yale recommande l'imposition des géants du Web à hauteur de 3 % de leurs revenus de publicité et de partage de données;
- **CONSIDÉRANT QUE** les droits d'auteurs ne sont pas adaptés au modèle actuel de diffusion numérique;
- **CONSIDÉRANT QUE** la majorité du contenu numérique consommé au Québec est du contenu culturel;

15. IL EST RECOMMANDÉ de légiférer sur le respect des droits liés aux contenus numériques et sur la redistribution équitable des revenus;

16. ET IL EST RECOMMANDÉ d'imposer les géants du Web et fournisseurs de service de télécommunication afin de créer un fonds qui vise à soutenir le milieu culturel et musical.

Philanthropie - Crédit d'impôt pour un don en culture

- **CONSIDÉRANT QUE** plusieurs organismes musicaux comptent sur la contribution de donateurs pour financer une part importante de leurs activités;
- **CONSIDÉRANT QU'**en temps de crise, les causes seront nombreuses et les donateurs particulièrement sollicités;
- **CONSIDÉRANT QUE** les organismes musicaux doivent rapidement trouver des fonds pour leur permettre de reprendre leurs activités et que plusieurs d'entre eux possèdent un réseau de donateurs qui ont déjà contribué et qui se sont déjà prévalus de la mesure;

17. IL EST RECOMMANDÉ de bonifier la mesure visant le crédit d'impôt additionnel de 25% offert pour un premier don en culture d'un minimum de 5000\$ et n'excédant pas 25 000\$, en permettant aux donateurs de se prévaloir du crédit additionnel de 25% pour un deuxième don en culture d'un minimum de 5 000 \$ et n'excédant pas 25 000\$.



PISTES D' ACTIONS

Le CQM entend poursuivre la concertation avec ses membres et ses partenaires afin de les aider à cheminer vers des solutions qui seront adaptées à la situation et idéalement pérennes.

Pour se concrétiser, certaines de ces actions demanderont le support et l'appui du gouvernement et la contribution de ses sociétés d'État.

A. Le concert vivant

- Considérant les restrictions imposées aux lieux de diffusion afin de respecter l'application des mesures sanitaires;
- Considérant la diminution des jauges et des revenus liés à la vente de billets.

Actions proposées

- I. Adapter des modèles de diffusion en salle tels que la programmation de deux représentations écourtées à jauge réduite dans une même journée permettant d'atteindre une jauge acceptable.**
- II. Adapter la composition des ensembles permettant le respect des mesures sanitaires sur scène et envers le public.**
- III. Développer de nouveaux modèles d'affaires de concerts hybrides alliant une diffusion en salle à jauge réduite et une diffusion en ligne payante.**
- IV. Favoriser le partage d'outils et de ressources favorisant la planification de la reprise tout en minimisant les coûts d'opération.**
- V. Travailler en concertation avec la GMMQ, l'UDA, les producteurs et les diffuseurs afin de réviser et d'adapter les contrats au contexte de reprise, et favoriser une nouvelle approche à long terme, notamment en ce qui a trait :**
 - aux clauses d'annulation des contrats afin de permettre une plus grande flexibilité de report ou de modification des conditions établies, ex. en permettant un changement de lieu, l'adaptation du concert en format numérique ou hybride;
 - à l'inclusion d'une clause « de bonne foi » permettant aux deux parties de trouver des solutions alternatives permettant une diffusion partielle ou complète du concert;
 - à une meilleure protection des artistes et artisans de la scène et leurs représentants en cas d'annulation des concerts.

B. La diffusion de contenu original en ligne

- Considérant que la musique de concert est considérée comme étant un produit de niche et non de masse;
- Considérant que les habitudes de consommation sont conditionnées par une offre culturelle mondialisée, gratuite ou à faibles coûts;
- Considérant que les coûts de création, production et diffusion dépassent largement les revenus qu'il est possible d'obtenir avec les outils actuellement en place;
- Considérant que si les modes de consommation numérique demeurent sous l'égide de la gratuité pour tous, il faudra considérer la culture comme étant un bien essentiel et accepter qu'elle fasse partie des services collectifs payés par les impôts.

Actions proposées

- VI. Donner aux diffuseurs publics soutenus par l'État, Radio-Canada et Télé-Québec, le mandat d'assurer la production et la diffusion de contenus numériques originaux sur les plateformes existantes.**
- VII. Mobiliser les partenaires de diffusion (télévision, radios, radios satellites, chaînes spécialisées, etc.) autour de la diffusion de contenus numériques originaux et soutenir les ensembles pour la création et la production de contenu.**
- VIII. Créer une ou des plateformes numériques payantes (consortiums, coopératives, initiatives privées ou autres) pour la diffusion de contenu numérique original.**

C. Production de contenu numérique original

- Considérant le manque de compétences du milieu musical en termes de littératie numérique, de production numérique et de modèles d'affaires numériques viables;
- Considérant l'ouverture du milieu à adapter des façons de faire afin d'intégrer le numérique dans la production et la diffusion de contenus;
- Considérant que les coûts de création, production et de diffusion dépassent largement les revenus qu'il est possible d'obtenir avec les outils actuellement en place.

Actions proposées

- IX. Développer et offrir des formations adaptées aux mesures sanitaires, incluant des formations à distance pour favoriser la littératie numérique du milieu.**
- X. Soutenir le milieu dans le développement de nouveaux modèles d'affaires numériques viables en encourageant la mutualisation de ressources et d'expertise.**
- XI. Favoriser la captation systématique de concerts vivants pour la diffusion sur les plateformes, ou l'utilisation des captations pour le développement de produits numériques à valeur ajoutée.**
- XII. Mettre sur pied d'un incubateur dédié à la recherche, l'expérimentation et réalisation d'initiatives innovantes qui permettent aux musiciens d'explorer un nouveau langage de création, de production et de diffusion de contenu musical à l'aide du numérique.**
- XIII. Mettre en place un laboratoire créatif pourvu d'équipe de conception et de production afin de permettre aux ensembles de développer un contenu original à valeur ajoutée.**

D. Médiations culturelles

- Considérant que les ensembles et lieux de diffusion souhaitent maintenir le lien avec leurs publics;
- Considérant que les activités de médiation se font généralement en petits groupes;
- Considérant que les lieux de diffusion sont actuellement libres en raison du confinement;
- Considérant que la musique ne nécessite pas de contacts physiques avec les publics dans le cadre d'activités de médiation.

Actions proposées

- XIV. Maintenir les activités de médiation culturelle dans les lieux de diffusion et dans les écoles.**
- XV. Encourager la production de contenu de médiation culturelle numérique et/ou l'utilisation et le partage de contenus déjà produits.**

E. Informer et sensibiliser la population

- Considérant que la musique de concert sera parmi les premières formes d'art de la scène à offrir des activités;
- Considérant que le climat de peur installé par la pandémie et les nouvelles mesures sanitaires qui seront en place pour relancer les concerts/spectacles en salles;
- Considérant que les habitudes de consommation des contenus culturels numériques sont conditionnées par une abondance de contenus gratuits ou à faibles coûts, qui ne saurait soutenir le coût réel de la création, de la production et de la diffusion des musiques de concert.

Actions proposées

- XVI. Unifier le milieu au sein de campagnes promotionnelles visant :**
- la valorisation de la musique au Québec afin d'encourager la consommation d'albums et de billets de concert, virtuels ou vivants;
 - à rassurer les publics quant à l'accès sécuritaire aux salles de concert;
 - à défaire la perception de gratuité des contenus culturels et musicaux sur le Web.