

A man in a hat and jacket is playing a tuba. In the foreground, a hand is shown playing a piano keyboard. The background is a light, hazy purple.

# ÉTUDE DES ENJEUX ET DES BESOINS DE FORMATION DE LA CHAÎNE MUSIQUE

---

Juin 2020



**COMPÉTENCE  
CULTURE**

COMITÉ SECTORIEL DE  
MAIN-D'ŒUVRE EN CULTURE



# ÉTUDE DES ENJEUX ET DES BESOINS DE FORMATION DE LA CHAÎNE MUSIQUE

Juin 2020

## ÉQUIPE DE PRODUCTION

La présente étude de besoins de formation de la Chaîne Musique a été réalisée par la firme Alia Conseil, mandatée par Compétence Culture. Elle a été réalisée grâce à la participation des personnes suivantes.

### GESTION DE PROJET

**M<sup>me</sup> Pascale Landry**, directrice générale  
Compétence Culture

**M<sup>me</sup> Nathalie Leduc**, coordonnatrice à la formation  
Compétence Culture

### RESSOURCES CONSULTANTES

**Patrick Rivard**, M.B.A.  
CRHA, associé, chef de pratique,  
solutions d'apprentissage  
Alia Conseil

**Geneviève Schoeb**, Ph. D.  
psychologue organisationnelle, CRHA  
Alia Conseil

**Marielle Bourguignon-Cyr**, B. A.  
doctorante en psychologie organisationnelle  
Alia Conseil

**Chantal Hains**, CRHA, B.A.Com.  
consultante stratège en solutions  
d'apprentissage et au développement  
des compétences

### RÉVISION

**Sylvie Gamache**,  
chargée de projets  
Compétence Culture

**Sabine Assuied**,  
conseillère à la formation  
- mesures de soutien (par intérim)  
Compétence Culture

### CONCEPTION GRAPHIQUE

**Denis Landry** Contraste

### CRÉDITS PHOTOS

**Nathan Bingle, Tadas Mikuckis**

Toute reproduction interdite sans autorisation écrite.

© Compétence Culture ISBN : 978-2-923021-76-8 / ISBN (pdf) : 978-2-923021-77-5

Dépôt légal – 2020

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

Compétence Culture a soutenu la réalisation de cette étude grâce à une aide financière de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT)

Commission  
des partenaires  
du marché du travail

Québec 



# Remerciements

La réalisation de cette étude de besoins de formation a été rendue possible grâce à la contribution de Compétence Culture qui a reçu l'aide financière de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT). Nous tenons à remercier de façon particulière les personnes suivantes pour leur implication au sein du comité consultatif qui a participé à l'élaboration des outils de collecte de données ainsi qu'au recrutement de l'ensemble des participant(e)s de cette étude.



M. Pierre Blanchet	Directeur service aux membres et communications	Union des artistes (UDA)
M <sup>me</sup> Lyette Bouchard	Directrice générale adjointe	Association québécoise du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
M <sup>me</sup> Marie-Julie Desrochers	Chef, communications	Association québécoise du disque, institutionnelles du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
M <sup>me</sup> Marie-Josée Dupré	Directrice générale	Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)
M. Luc Fortin	Président-directeur général	Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ)
M. Antoine Gauthier	Directeur général	Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV)
M. Jérôme Payette	Directeur général	Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)
M <sup>me</sup> Yzabel BeauBien	Coordonnatrice aux formations et au développement	Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)
M <sup>me</sup> Julie-Anne Richard	Directrice générale	RIDEAU
M. Dominic Trudel	Directeur général	Conseil québécois de la musique (CQM)



<b>Équipe de production</b> .....	<b>3</b>
Gestion de projet .....	3
Ressources consultantes.....	3
<b>Remerciements</b> .....	<b>5</b>
<b>1. RÉSUMÉ SOMMAIRE DE L'ÉTUDE</b> .....	<b>9</b>
Précisions importantes .....	9
Mise en contexte et objectifs de l'étude.....	10
Objectifs de l'étude.....	10
Méthodologie.....	11
Enjeux et tendances de la Chaîne Musique.....	12
Besoins de formation transversaux .....	13
Attentes à l'égard de l'offre de formation .....	14
Pistes de réflexion .....	15
<b>2. MISE EN CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE</b> .....	<b>17</b>
Objectifs de l'étude .....	19
Retombées de l'étude .....	20
<b>3. MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>21</b>
3.1 Collecte de données réalisée.....	21
3.2 Portrait des participants à l'étude .....	24
3.3 Limites de l'étude .....	31
<b>4. ENJEUX ET TENDANCES DE LA CHAÎNE MUSIQUE</b> .....	<b>33</b>
4.1 Dynamique du secteur.....	33
4.2 Enjeux observés au sein de la Chaîne Musique .....	35
4.3 Défis ressources humaines .....	38
4.4 Métiers en émergence et en transformation .....	42
<b>5. BESOINS DE FORMATION TRANSVERSAUX</b> .....	<b>45</b>
5.1 Besoins de formation spécifiques aux artistes, créateurs(trices) et interprètes ...	49
5.2 Besoins de formation spécifiques aux travailleur(euse)s culturel(le)s.....	81
5.3 Besoins de formation spécifiques aux professeur(e)s/enseignant(e)s/ chercheur(euse)s.....	109
5.4 Comparaison des besoins de formation soulevés avec les enjeux de développement du secteur culturel.....	114
<b>6. ATTENTES À L'ÉGARD DE L'OFFRE DE FORMATION</b> .....	<b>123</b>
6.1 Format souhaité .....	123
6.2 Méthode d'enseignement souhaitée .....	127
6.3 Durée de formation souhaitée .....	129
6.4 Moment souhaité pour la diffusion des formations.....	130
6.5 Contraintes de l'offre de formation perçues par les répondants.....	131
<b>7. PISTES DE RÉFLEXION</b> .....	<b>137</b>
<b>Annexe 1.</b> Bibliographie et références .....	<b>145</b>
<b>Annexe 2.</b> Méthodologie des tables rondes .....	<b>149</b>
<b>Annexe 3.</b> Méthodologie des groupes de discussion et des entrevues individuelles.....	<b>151</b>
A. Méthodologie des groupes de discussion .....	151
B. Méthodologie des entrevues individuelles.....	154
<b>Annexe 4.</b> Méthodologie du sondage en ligne .....	<b>157</b>



# 1

## RÉSUMÉ SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### PRÉCISIONS IMPORTANTES

La collecte de données réalisée dans le cadre de cette étude a pris place en amont de la pandémie de COVID-19 ayant frappé le Québec au mois de mars 2020. Le secteur culturel, incluant la Chaîne Musique, ayant été durement affecté par les mesures sanitaires mises en place par le gouvernement du Québec pour contrer cette pandémie, le comité de pilotage a été consulté en vue de déterminer l'impact que ces mesures avaient pu avoir sur les besoins de formation continue des professionnel(le)s de la Chaîne Musique.

À cet égard, les constats faits par les membres du comité sont que la pandémie, plutôt que d'avoir modifié les besoins de formation identifiés par l'étude, a plutôt fait office d'accélérateur de certains de ces besoins de formation, notamment les besoins de formation en compétences numériques, ainsi que ceux relatifs à la connaissance du droit d'auteur. Concernant ce second besoin de formation, les membres du comité de pilotage ont constaté que les mesures de confinement mises en place ont amené certain(e)s professionnel(le)s à commencer à produire ou à diffuser du contenu musical en ligne, sans nécessairement posséder les connaissances associées au fonctionnement des droits d'auteur et des redevances. Finalement, un nouveau besoin de formation a émergé pendant la pandémie, soit la nécessité de connaître les directives de la santé publique au regard des mesures sanitaires à mettre en place, notamment lors d'activités de diffusions musicales où plusieurs personnes seraient présentes.

En somme, le comité de pilotage a confirmé que les besoins et constats identifiés dans le cadre de cette étude d'analyse de besoins conservaient leur pertinence, à la fois en contexte de pandémie et postpandémie.

Compétence Culture, le comité sectoriel de main-d'œuvre du secteur de la culture, a pour mission de soutenir et promouvoir le développement professionnel de la main-d'œuvre du secteur culturel. Pour l'appuyer dans la réalisation de sa mission, Compétence Culture compte sur la structuration du secteur en associations, regroupements et conseils régionaux de la culture. Le comité sectoriel est financé par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) en vertu de la Politique de l'intervention sectorielle.

En 2018, Compétence Culture a réalisé son premier diagnostic sectoriel des ressources humaines pour le secteur culturel québécois. Ce portrait a permis d'identifier les métiers et professions du secteur culturel selon leur appartenance à quatorze chaînes de création, dont la Chaîne Musique fait partie. Suivant ce diagnostic, Compétence Culture a entrepris certaines démarches d'analyse de besoins approfondies au sein de plusieurs chaînes de création. Ce rapport se concentre sur la Chaîne Musique.

## MISE EN CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Dans le but de répondre à sa mission de soutien au développement professionnel, Compétence Culture s'est engagée dans la réalisation d'une **étude visant à identifier les besoins de développement des compétences pour les métiers, professions ou fonctions de la Chaîne Musique**.

Sur la base des statistiques disponibles, il est estimé que la Chaîne Musique regroupe près de 16 900 travailleurs.<sup>1</sup> Il est à noter que ces statistiques regroupent également des personnes œuvrant au sein d'autres chaînes que celle de la musique. La Chaîne Musique inclut une grande variété de métiers, professions ou fonctions : interprètes, créateurs(trices), métiers liés à la production, aux concerts et aux spectacles, métiers liés à la sonorisation, métiers liés à l'édition et à l'enregistrement sonore : métiers liés à la représentation, la promotion et la commercialisation, métiers liés à la gestion et métiers liés à la formation.

## OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'étude vise à identifier les besoins de formation continue portant sur des métiers spécifiques à la Chaîne Musique de Compétence Culture selon une démarche participative structurée. Plus spécifiquement, les objectifs poursuivis par cette étude devraient permettre :

- ▶ de préciser les enjeux et les besoins de formation des métiers faisant partie de la Chaîne Musique;
- ▶ d'identifier les métiers en pénurie, en transformation et en émergence;
- ▶ d'identifier les priorités en lien en tenant compte des résultats d'études précédentes de Compétence Culture (enjeux ressources humaines et enjeux de compétences);
- ▶ de développer une offre adaptée de formation en priorisant les besoins du secteur (et l'atteinte des objectifs professionnels);
- ▶ d'identifier les formations pouvant faire l'objet d'une offre transversale (intrachaine ou interchaînes);
- ▶ de développer une offre de formation plus pertinente et d'identifier les contenus qui pourraient faire l'objet d'une formation en ligne.

1. *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* (Juin 2018). Tableau 4, p. 50.

## MÉTHODOLOGIE

La collecte de données de cette étude s'est réalisée en cinq étapes, lesquelles sont schématisées à la Figure 1. Pour chacune de ces étapes, le comité consultatif, composé de représentant(e)s de la Chaîne Musique a orienté les efforts de recherche et validé les outils d'enquête utilisés, incluant les canevas d'entrevue et de discussion et le questionnaire de sondage. Ce pilotage, assuré par des représentant(e)s issu(e)s d'horizons complémentaires de la Chaîne Musique a permis de tenir compte de la réalité et des spécificités du secteur, tout en apportant une plus grande fiabilité à la démarche

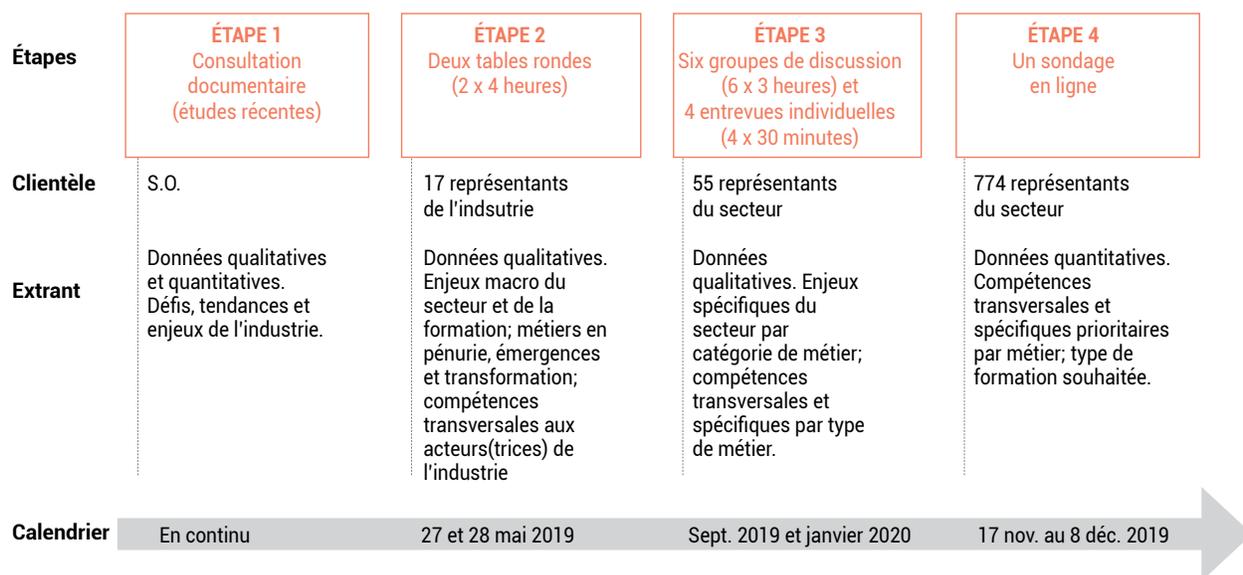


Figure 1. Séquence de la collecte de données de l'étude

Au terme de la démarche de collecte de données, ce sont **846 personnes** qui ont été consultées pour la réalisation de cette étude des besoins de formation de la Chaîne Musique.

Concernant le **sondage en ligne**, ce sont 774 personnes qui ont répondu au sondage, dont 655 ont indiqué être artiste/créateur(trice)/interprète (85 %) et 114 ont indiqué être travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique (15 %). Fait intéressant ; près de la moitié des répondant(e)s du sondage a indiqué ne pas avoir suivi de formation continue dans les deux dernières années.

La méthodologie employée par l'étude a été suivie en vue d'assurer la meilleure représentativité possible de la Chaîne Musique. Néanmoins, les résultats de cette étude reposent sur un échantillon d'individus, et non pas sur l'ensemble des travailleur(euse)s du secteur et présentent ainsi certaines limites quant à la généralisation des résultats à l'ensemble de la population de travailleur(euse)s de la Chaîne Musique.

## ENJEUX ET TENDANCES DE LA CHAÎNE MUSIQUE

L'étude réalisée a montré que plusieurs transformations s'exercent actuellement au sein de la Chaîne Musique, notamment avec le développement du numérique et la croissance exponentielle de multiples services de diffusion de musique sur demande/en continu. Ces transformations amènent une série d'enjeux et de défis au sein de la Chaîne Musique pour lesquels la manière de soutenir les artistes et les travailleur(euse)s culturel(le)s gagnerait à être réfléchi(e). Plus précisément, l'étude a fait ressortir des besoins importants au regard des enjeux suivants.

- 1 Expliquer le fonctionnement des nouveaux médias de diffusion et leurs impacts sur l'ensemble des maillons** permettant l'émergence des œuvres musicales : édition, production, diffusion, commercialisation, etc.
- 2 Expliquer la manière dont sont gérés les droits d'auteur** (et les clauses contractuelles importantes) dans un contexte où les œuvres musicales, voire l'image de l'artiste, sont utilisées dans des situations variées et complexes (plateforme de diffusion en continu, concerts, enregistrements sonores, productions audiovisuelles, Web, jeux vidéo, etc.).
- 3 Identifier des stratégies créatives et accessibles pour tirer avantage du morcellement des sources de revenus** observé au sein du secteur.
- 4 Sensibiliser à l'importance de l'entretien de la santé physique et psychologique** rapidement en début de carrière et identifier des ressources permettant d'offrir ce type de soutien.

L'étude a également fait ressortir quels étaient les défis ressources humaines issus du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* de Compétence Culture qui étaient également soulevés au sein de la présente étude, soit...

- ▶ La rémunération non compétitive, la faiblesse des revenus
- ▶ L'accroissement des rythmes de production
- ▶ La fluctuation des revenus
- ▶ Le cumul des fonctions
- ▶ L'augmentation des charges de travail
- ▶ L'intégration de la relève
- ▶ Le manque de sécurité d'emploi
- ▶ Le nombre insuffisant d'agents de diffusion et de promotion
- ▶ Le recrutement de personnel qualifié
- ▶ La protection sociale insuffisante

## BESOINS DE FORMATION TRANSVERSAUX

La réalisation de la collecte de données a permis de faire émerger une série de compétences transversales à l'ensemble des travailleur(euse)s de la Chaîne Musique. Les trois compétences les plus prioritaires soulevées par les répondants **Artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s** sont les suivantes.

53 %

Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle

50 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

44 %

Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique : taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc.

En outre, les trois compétences les plus prioritaires soulevées par les répondant(e)s **travailleur(euse)s culturel(le)s** sont les suivantes.

57 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique : exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

48 %

Maîtriser les aspects juridiques de mon métier : gestion des ententes contractuelles avec les différent(e)s acteurs(trice)s de l'industrie, clarification des rôles et responsabilités, etc.

48 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

L'étude a également fait le parallèle entre les 37 enjeux de développement des compétences au sein de l'industrie de la culture identifiés au sein du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* de Compétence Culture<sup>2</sup> et ceux ressortis au sein de la présente étude. Ces résultats sont présentés dans le Tableau 16, p. 106.

2. *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* (Juin 2018). Tableau 19, p.93-100

## ATTENTES À L'ÉGARD DE L'OFFRE DE FORMATION

Les répondant(e)s se sont également prononcés sur les formats et les méthodes d'enseignement préconisées dans le cadre d'activités de formation continue. Les résultats ont mis de l'avant que les formats préférés étaient les trois suivants : panels et conférences, classes de maîtres avec différent(e)s expert(e)s du milieu, formation en salle, et coaching/mentorat individuel. En ce qui concerne les méthodes d'enseignement qui correspondaient le mieux à leurs besoins ou leur réalité, les répondant(e)s ont indiqué préférer les trois méthodes suivantes : discussion/échange structuré(e) sur un sujet, mises en situation fictives ou réelles, \*cas vécus/expérience terrain et exercices pratiques.

Les résultats de l'étude ont aussi mis en lumière les principales contraintes perçues par les répondant(e)s au regard de l'offre de formation actuelle :

- 35 % | Manque de pertinence en lien avec leurs besoins et leur réalité
- 35 % | Méconnaissance de l'offre de formation continue
- 29 % | Horaire proposé inadéquat – non compatible avec le leur
- 22 % | Contenu trop générique pas adapté à l'industrie de la musique

## PISTES DE RÉFLEXION

Face à ces résultats, quelques réflexions sont proposées pour diminuer ces contraintes perçues par les professionnel(le)s du secteur, et soutenir leurs attentes quant à l'offre de formation continue.

- ▶ **Identifier de nouvelles stratégies pour faire connaître davantage l'offre de formation continue**, principalement auprès des artistes/créateur(trice)s/interprètes/technicien(ne)s, dont 1/3 des répondant(e)s a indiqué avoir une mauvaise connaissance de l'offre de formation. La manière dont les professionnel(le)s de la Chaîne Musique entendent parler des formations (ex. : médias sociaux, bouche-à-oreille, courriels, etc.) gagne à être connue en vue d'identifier ces nouvelles stratégies.
- ▶ **Revoir les stratégies de promotion des formations continues**, notamment dans le choix des mots utilisés pour les décrire, dans la description des objectifs d'apprentissage, dans la clientèle à laquelle la formation s'adresse (ex. : débutant[e] ou avancé[e]), en vue de contourner la perception que les formations offertes manquent de pertinence avec les besoins ou la réalité, ou que leur contenu est trop générique. Les tableaux des données qualitatives, présentés à la Section 5, pourraient nourrir la réflexion à cet effet. Assurer également que la promotion des activités fait ressortir la méthode d'enseignement qui sera utilisée (ex. : exercices pratiques).
- ▶ **Revoir le contenu des formations offertes en vue d'assurer que les compétences qu'elles visent traitent des transformations** actuellement présentes au sein de la Chaîne Musique et soutiennent de manière pertinente les professionnel(le)s, en vue d'aborder la perception que les formations offertes manquent de pertinence avec les besoins ou la réalité, ou que leur contenu est trop générique.
- ▶ **Offrir des contenus de formation adaptés à l'industrie, même lorsqu'il s'agit de compétences plus transversales** (ex. : entrepreneuriat, gestion d'une équipe, comptabilité, etc.) en vue de contourner la perception que les formations offertes manquent de pertinence avec les besoins ou la réalité, ou que leur contenu est trop générique.
- ▶ **Diversifier les horaires des activités de formation** (ex. : matin, midi, après-midi) en vue d'aller toucher l'ensemble des professionnel(le)s de la Chaîne Musique.
- ▶ **Privilégier les formations et les formateurs qui utilisent les méthodes de formation préconisées** par les répondant(e)s à l'étude, soit : discussion/échange structuré(e) sur un sujet, mises en situation fictives ou réelles \*cas vécus/expérience terrain, exercices pratiques.
- ▶ **Poursuivre l'offre de formation en salle; panels et conférences et classes de maîtres; et coaching/mentorat individuel**, ces trois formats étant les trois plus populaires de manière transversale.



# 2

## MISE EN CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Compétence Culture, le comité sectoriel de main-d'œuvre du secteur de la culture, a pour mission de soutenir et promouvoir le développement professionnel de la main-d'œuvre de l'industrie culturelle. Avec plus de 100 000 personnes y œuvrant au Québec seulement, il s'agit d'un secteur économique d'importance. Pour l'appuyer dans la réalisation de sa mission, Compétence Culture compte sur la structuration du secteur en associations, regroupements et conseils régionaux de la culture. Le comité sectoriel est financé par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) en vertu de la Politique de l'intervention sectorielle.

La main-d'œuvre de ce secteur est caractérisée par un travail atypique ainsi que par la diversité des statuts d'emploi et des modes de rémunération. Les huit domaines d'activité professionnelle reconnus par la CPMT sont les suivants : arts visuels, audiovisuel, arts de la scène (danse, théâtre, musique, cirque, arts interdisciplinaires), enregistrement sonore, littérature, métiers d'art, muséologie et patrimoine, et spectacles (variétés et humour).

Compétence Culture a réalisé en 2018 son premier diagnostic sectoriel des ressources humaines pour le secteur culturel québécois. Ce portrait a permis d'identifier les métiers et professions du secteur culturel selon leur appartenance aux quatorze chaînes de création suivantes : Arts du cirque; Arts interdisciplinaires, Arts médiatiques, Arts visuels, Audiovisuel, Conte, Danse, Humour, Livre, Métiers d'art, Muséologie, Musique, Savoir-faire artisanaux traditionnels, et Théâtre. Suivant ce diagnostic, Compétence Culture a entrepris certaines démarches d'analyse de besoins approfondies au sein de plusieurs chaînes de création. Ce rapport se concentre sur la Chaîne Musique.

Dans le but de répondre à sa mission de soutien au développement professionnel, Compétence Culture s'est engagée dans la réalisation d'une **étude visant à identifier les besoins de développement des compétences pour les métiers, professions ou fonctions de la Chaîne Musique**.

La Chaîne Musique réunit les onze associations et regroupements suivants<sup>3</sup>, membres de Compétence Culture :

- le Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV), regroupant des artistes, artisan(e)s, formateurs, médiateurs(trices) et organismes engagés dans une forme de valorisation du patrimoine vivant, dont la plupart ont des pratiques en musique traditionnelle;
- le Conseil québécois de la musique (CQM), regroupant les organisations vouées à la musique de concert, entreprises et individus qui œuvrent dans les secteurs de la création, de la production, de la diffusion, de la recherche et de l'éducation;

3. La GMMQ, la SPACQ, l'UDA et l'APASQ sont des organisations reconnues en vertu de la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma (Loi S-32.1).

- la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ), syndicat professionnel représentant les musiciens et musiciennes du Québec;
- la Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ), représentant les auteur(e)s et compositeurs(trices) de chansons ainsi que les compositeurs(trices) d'œuvres de commande;
- l'Union des artistes (UDA), syndicat professionnel représentant, dans la Chaîne Musique, les chanteur(euse)s du domaine lyrique et des variétés;
- l'Association des professionnels des arts de la scène (APASQ), représentant les concepteurs(trices) (éclairages, costumes, etc.), directeurs(trices) de production, directeurs(trices) techniques et assistant(e)s à la mise en scène;
- l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), active auprès des éditeurs(trices), ainsi que des auteur(e)s et compositeurs(trices) qui souhaitent éditer leurs œuvres;
- l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), regroupant des gérant(e)s, producteurs(trices), agent(e)s, maisons de disque, relationnistes, diffuseurs, distributeurs(trices) du disque et du spectacle;
- l'Alliance internationale des employé(e)s de scène, de théâtre, et de cinéma des États-Unis, de ses territoires et du Canada (AIEST)<sup>4</sup> (sections locales 56, 523);
- le Centre québécois de l'Institut canadien des technologies scénographiques (CQICTS), réunissant des technicien(ne)s de scène et de production et des directeurs(trices) techniques;
- le Regroupement indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis (RIDEAU), regroupant des diffuseurs de spectacles.

La Chaîne Musique inclut une grande variété de métiers, professions ou fonctions. L'étude devait permettre d'explorer les besoins de développement des compétences pour ces métiers :

- interprètes : chanteur(euse)s, chefs d'orchestre, chefs de chœur, musicien(ne)s;
- créateurs(trices) : arrangeur(euse)s musicaux(ales), auteur(e)s-compositeurs(trices), compositeurs(trices), orchestrateurs(trices), paroliers(ères);
- métiers liés à la production, aux concerts et aux spectacles : directeurs(trices) artistiques, directeurs(trices) de production, directeurs(trices) techniques, organisateurs(trices) d'événements spéciaux, organisateurs(trices) de festivals, producteurs(trices), producteurs(trices) délégué(e)s;
- métiers liés à la sonorisation : bruiteurs(euses), technicien(ne)s de studios, ingénieur(e)s de son, réalisateurs(trices);
- métiers liés à l'édition et à l'enregistrement sonore : administrateurs(trices) de studio, directeurs(trices) de produit, éditeurs(trices) musicaux(ales) (responsables des droits d'auteurs), producteurs(trices) de disques, producteurs(trices) de vidéoclips, producteurs(trices) d'enregistrements sonores, réalisateurs(trices) de disques, responsables de compagnie de production vidéo, responsables des coûts et des redevances, responsable de la commercialisation;

4. AIEST est une organisation reconnue en vertu de la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma (Loi S-32.1). L'AIEST n'est pas membre de Compétence Culture.

- métiers liés à la représentation, la promotion et la commercialisation : agent(e)s d'artistes, gérant(e)s d'artistes, agent(e)s de spectacles, responsables de la diffusion, responsables de tournée, animateur(trice) de communauté et blogueur(euse), concepteur(trice) ou responsable du site Web, médiateur(trice) culturel(le), responsable des communications, responsables de la promotion radio, responsables des ventes et des promotions, responsables promotion et marketing, responsables relations publiques;
- métiers liés à la gestion : administrateur(trice), chargé(e) de projet, comptable et commis comptable, directeur(trice) administratif(ive), directeur(trice) des opérations, directeur(trice) des ressources humaines, directeur(trice) général(e), responsable du financement, travailleur(euse)s culturel(le)s;
- métiers liés à la formation : formateurs(trices), enseignant(e)s, professeur(e)s de chant et d'instruments.

Il est à noter que les métiers liés à la diffusion ne font pas partie de la présente étude étant donné qu'ils font l'objet d'une étude des besoins de formation pour la diffusion – toutes chaînes incluses – prévue par RIDEAU.

## OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'étude vise à identifier les besoins de formation continue portant sur des métiers spécifiques à la Chaîne Musique de Compétence Culture selon une démarche participative structurée.

Plus spécifiquement, les objectifs poursuivis par cette étude devraient permettre :

- de préciser les enjeux et les besoins de formation des métiers faisant partie de la Chaîne Musique;
- d'identifier les métiers en pénurie, en transformation et en émergence;
- d'identifier les priorités en lien avec les enjeux ressources humaines et les enjeux de compétences en tenant compte des résultats d'études précédentes de Compétence Culture;
- de développer une offre adaptée de formation en priorisant les besoins du secteur (et l'atteinte des objectifs professionnels);
- d'identifier les formations pouvant faire l'objet d'une offre transversale (intrachaine ou interchaînes);
- de développer une offre de formation plus pertinente et d'identifier les contenus qui pourraient faire l'objet d'une formation en ligne.

## RETOMBÉES DE L'ÉTUDE

La réalisation d'une telle étude a pour visée :

- de mieux cibler les interventions de formation pour des métiers spécifiques et ainsi développer une offre de formation encore plus pertinente;
- d'identifier et mieux comprendre les changements affectant les métiers, par exemple l'impact du numérique et du multidisciplinaire;
- de faire travailler davantage en complémentarité les associations et regroupements par l'identification de points communs et la planification d'une offre diversifiée;
- pour chaque organisation, d'appuyer davantage sa clientèle dans l'atteinte de ses objectifs professionnels.

# 3

## MÉTHODOLOGIE

### 3.1 COLLECTE DE DONNÉES RÉALISÉE

La collecte de données de cette étude s'est réalisée en cinq étapes, lesquelles sont schématisées à la Figure 2. Pour chacune de ces étapes, le comité consultatif, composé de représentant(e)s de la Chaîne Musique (pour la liste exhaustive des membres du comité, voir p. 3 du rapport) a orienté les efforts de recherche et validé les outils d'enquête utilisés, incluant les canevas d'entrevue et de discussion et le questionnaire de sondage. Ce pilotage, assuré par des représentant(e)s issu(e) s d'horizons complémentaires de la Chaîne Musique a permis de tenir compte de la réalité et des spécificités du secteur, tout en apportant une plus grande fiabilité à la démarche.

Des descriptions plus détaillées des étapes de la collecte de données réalisées sont présentées ci-dessous.

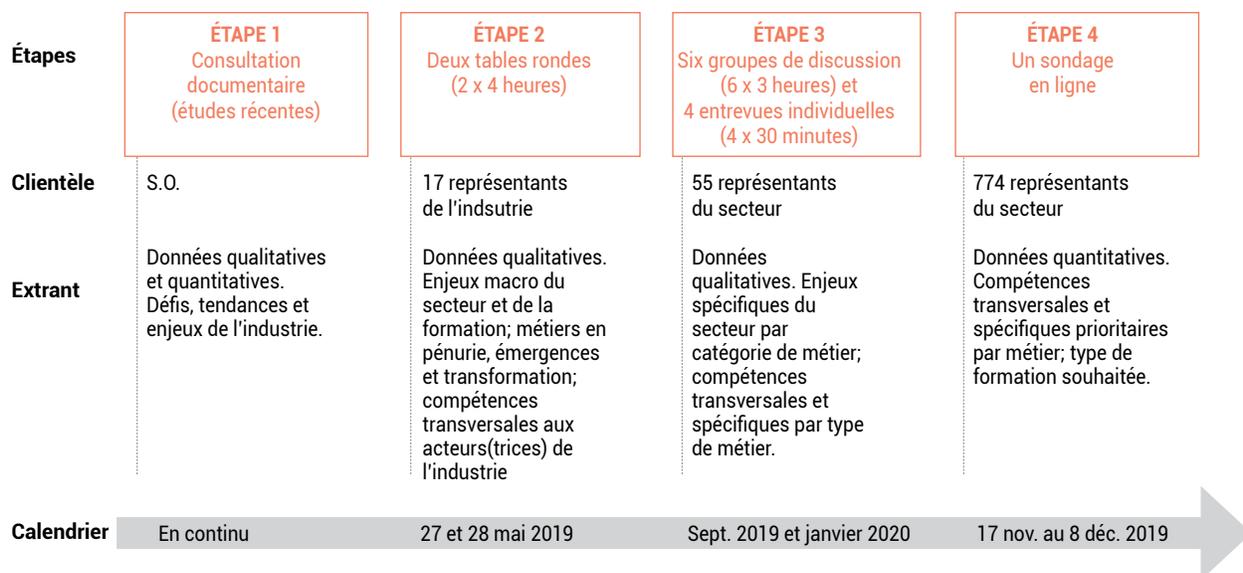


Figure 2. Séquence de la collecte de données de l'étude

## ÉTAPE 1 – CONSULTATION DOCUMENTAIRE

Un grand nombre d'études ont été réalisées au cours des dernières années auprès du secteur. Les études plus spécifiques suivantes ont permis d'obtenir un portrait plus complet des enjeux du secteur et d'orienter la préparation du cadre de recherche.

- Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel (Compétence Culture, 2018) incluant le Sommaire du Diagnostic et la Description des 37 enjeux de développement de compétences
- Charte de compétences. Agent/agente de spectacles – production de spectacles (CRHSC, 2008)
- Charte de compétences. Gérante, gérant d'artistes dans le domaine de la musique (CRHSC, 2006)
- Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens.

Il est à noter que d'autres études ont été réalisées dans les dernières années pour le (la) lecteur(trice) qui souhaiterait s'approprier davantage les tendances du secteur, ou encore, les enjeux relatifs à un élément plus particulier de la Chaîne Musique. Ces études sont répertoriées à l'Annexe 1.

## ÉTAPE 2 – FACILITATION DE DEUX TABLES RONDES

La seconde étape de la collecte de données a consisté en l'animation de deux tables rondes auprès de représentant(e)s de la Chaîne Musique partageant une vision systémique et globale du secteur. L'objectif de cette seconde étape était de faire émerger les grandes tendances et les transformations en cours dans la Chaîne Musique et voir comment elles influencent les besoins en matière de formation et de développement des compétences. Chaque table ronde était formée autour de l'un des deux grands domaines du secteur, soit la création et la commercialisation. La liste des participant(e)s aux tables rondes ainsi que le canevas de discussion sont présentés à l'Annexe 1.

## ÉTAPE 3 – FACILITATION DE SIX GROUPES DE DISCUSSION ET RÉALISATION D'ENTREVUES INDIVIDUELLES

L'animation de six groupes de discussion a été la troisième étape de collecte de données. Sur recommandation du comité consultatif, les groupes de discussion ont été divisés en fonction des principales catégories de métiers.

Travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique	Artiste/créateur(trice)/interprète
<p><b>Groupe – Carrière et visibilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agent(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes</li> <li>• Éditeurs(trices) musicaux(cales)</li> <li>• Autoproducteurs(trices)</li> </ul> <p><b>Groupe – Enregistrement sonore</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producteurs(trices) d'enregistrements sonores</li> <li>• Maisons de disques (<i>label</i>)</li> <li>• Distributeurs(trices)</li> <li>• Pisteur(euse)s radio</li> <li>• Autoproducteurs(trices)<sup>5</sup></li> </ul> <p><b>Groupe – Spectacle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producteurs(trices) de spectacles</li> <li>• Organisateurs(trices) d'événements musicaux (ex. : festivals)</li> <li>• Diffuseur(euse)s de spectacles (spécialisé, pluridisciplinaire, événement et festival)</li> <li>• Agent(e)s de spectacles (<i>booker</i>)</li> </ul>	<p><b>Groupe – Composition</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auteur(e)s-compositeurs(trices)</li> </ul> <p><b>Groupe – Interprétation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interprètes (chanteur[euse], musicien[ne]s, instrumentistes, comédie musicale, art lyrique, musicien[ne]s traditionnel[le]s)</li> <li>• Fonction recherche (de répertoires – en musique traditionnelle et classique)</li> </ul> <p><b>Groupe – Direction artistique et spectacles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeur(trice) artistique</li> <li>• Metteur(euse)s en scène et assistant(e)s</li> <li>• Réalisateurs(trices) (enregistrement sonore)</li> </ul>

Tableau 1. Répartition des groupes de discussion réalisés

Cette étape de l'étude visait à préciser les enjeux et les besoins de formation spécifiques à chaque catégorie de métiers. La liste des participant(e)s aux groupes de discussion ainsi que le canevas de discussion sont présentés à l'Annexe 3.

Enfin, étant donné que certaines catégories de métiers n'avaient pas pu être rejointes dans le cadre des groupes de discussion, des entrevues individuelles ont été réalisées. Quatre entrevues individuelles ont ainsi été réalisées, permettant d'obtenir le point de vue d'artistes et de travailleur(euse)s culturel(le)s issus de la comédie musicale et de la musique traditionnelle. La liste des participant(e)s aux entrevues individuelles ainsi que le canevas d'entrevue sont présentés à l'Annexe 3.

5. Le titre « autoproducteurs(trices) » regroupe les artistes/créateur(trice)s/interprètes qui exercent par eux-mêmes plusieurs fonctions relatives à l'édition, la production, la diffusion, la distribution et la commercialisation de leurs oeuvres musicales.

## ÉTAPE 4 – PASSATION D'UN SONDAGE EN LIGNE

La quatrième étape de la collecte de données a consisté en la passation d'un sondage en ligne. Le sondage a été envoyé aux travailleur(euse)s de la Chaîne Musique par l'intermédiaire des associations membres de Compétence Culture, ainsi que des membres du comité consultatif. L'objectif du sondage était de recueillir un volume quantitatif de données relatives aux enjeux et aux besoins de formation par métier, région, profil, etc. Un total de 774 personnes a répondu au sondage (voir Section 3.2 – Portrait des participant[e]s à l'étude pour plus de précisions). La liste des questions du sondage est présentée à l'Annexe 3.

### 3.2 PORTRAIT DES PARTICIPANTS À L'ÉTUDE

Au terme de la démarche de collecte de données, ce sont plus de 846 personnes qui ont été consultées pour la réalisation de cette étude des besoins de formation de la Chaîne Musique.

Tel que soulevé au sein du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, l'identification du nombre exact de travailleur(euse)s culturel(le)s comporte plusieurs enjeux, dont la sous-représentativité du travail atypique, très présent dans l'industrie, et l'absence de données exhaustives pour toutes les professions existantes<sup>6</sup>. Pour la Chaîne Musique, nous pouvons estimer que près de 16 900 personnes y œuvrent, lorsqu'on regroupe le nombre de travailleur(euse)s « Professionnel(le)s des arts plastiques et des arts de la scène » issu(e)s des catégories suivantes : musicien(ne)s, chanteur(euse)s, chefs d'orchestre, compositeurs(trices) et arrangeur(euse)s (7 100 travailleurs), technicien(ne)s en enregistrement audio et vidéo et en radiotélédiffusion (4 600 travailleurs), et producteurs(trices), réalisateurs(trices), chorégraphes et personnel assimilé (5 200 travailleurs).<sup>7</sup> Il est à noter que ces statistiques regroupent également des personnes œuvrant au sein d'autres chaînes que celle de la musique.

6. Pour une revue plus détaillée, voir le *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* (Juin 2018), Chapitre 1, p. 35-78.

7. *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* (Juin 2018). Tableau 4, p. 50

## PORTRAIT DES RÉPONDANTS DU SONDAGE

Un total de 774 personnes ont répondu au sondage, dont 655 ont indiqué être artiste/créateur(trice)/interprète (85 %) et 114 ont indiqué être travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique (15 %). Ces informations sont schématisées à la Figure 3. Quatre répondants n'ont pas répondu à cette question.

Un nombre légèrement plus élevé de femmes que d'hommes ont répondu au sondage (voir Figure 4).

Afin de préserver l'anonymat des répondants, et par souci de représentativité des informations rapportées, les résultats ne sont pas ventilés ni détaillés lorsque le nombre de répondants est inférieur à **sept**.

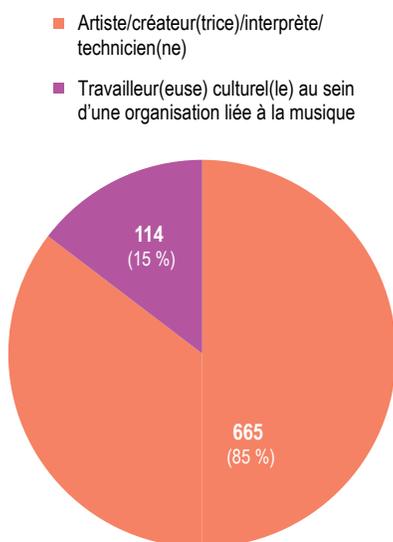


Figure 3. Catégories d'emplois des répondants au sondage

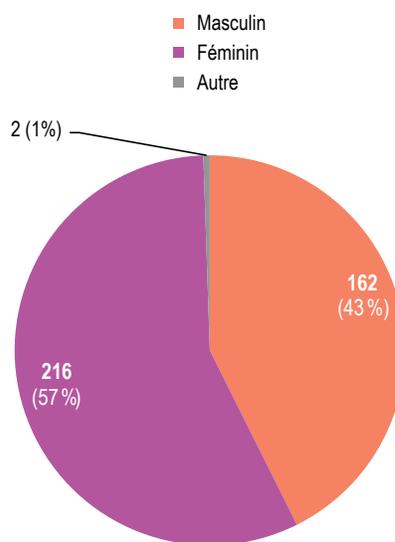


Figure 4. Genre des répondants



Un grand nombre de répondants n'ont pas précisé leurs informations sociodémographiques (soit approximativement 50 % des répondant[e]s). Les réponses relatives au portrait des participant(e)s à l'étude, ainsi que les analyses croisées faites par catégorie sociodémographique (ex. : âge, genre, nombre d'années d'expérience au sein du secteur, etc.), sont ainsi limitées aux répondants ayant répondu à ces questions.

## PORTRAIT DES RÉPONDANTS DU SONDAGE (suite)

Parmi les **artistes/créateurs(trices)/interprètes**, les interprètes (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste) représentent 71,0 % des répondants, alors que les auteur[e]s compositeurs(trices) représentent 15,4 % d'entre eux. De plus, 6,4 % des répondants se disent autoproducteurs(trices), 1,8 % se disent réalisateurs(trices) ou directeurs(trices) artistiques et 1,5 % se disent technicien(ne) (son, éclairage, décors, etc.). Ces données sont présentées au Tableau 2. Il est à noter que 45 répondants s'étant identifiés comme artiste/créateur(trice)/interprète n'ont pas répondu à cette question.

Catégories de métiers pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes	Réponses	
Autoproducteur(trice)	6 %	(39)
Auteur(e) compositeur(trice)	15 %	(94)
Directeur(trice) artistique et réalisateur(trice)	2 %	(11)
Interprète (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste)	71 %	(433)
Metteur(euse) en scène et assistant(e) metteur(euse) en scène	0 %	(0)
Professeur(e)/enseignant(e)/chercheur(euse)	4 %	(24)
Technicien(ne) (son, éclairage, décors, etc.)	2 %	(9)
	<b>Répondu</b>	<b>610</b>

Tableau 2. Catégories de métiers, pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes

Les répondants ayant sélectionné les catégories Auteur(e) compositeur(trice) et interprète (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste) ont également précisé leur(s) style(s) musical(caux), tel(s) que représenté(s) au Tableau 3. On observe donc une grande variété de styles musicaux.

Styles musicaux	Auteurs(es) compositeurs(trices)	Interprètes (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste)
Country/western	5 % (6)	4 % (8)
Enfants/jeunesse	3 % (4)	3 % (6)
Hip-hop/rap	5 % (6)	1 % (2)
Jazz et blues	10 % (12)	8 % (19)
Musique actuelle/musique contemporaine	9 % (10)	12 % (28)
Musique classique	9 % (10)	7 % (15)
Musique traditionnelle	3 % (4)	3 % (7)
Musiques du monde	10 % (12)	7 % (16)
Pop	13 % (15)	22 % (51)
Rock	6 % (7)	10 % (23)
Trames sonores	8 % (9)	11 % (24)
Urban/électronique/danse	9 % (10)	3 % (7)
Autres	9 % (11)	10 % (22)
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>228</b>

Tableau 3. Styles musicaux des autoproducteur(trice), auteur(e) compositeur(trice), interprète (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste)

Du côté des répondants ayant indiqué être Travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique, il est possible de constater que la plus grande proportion de répondants s'est identifiée comme agent(e) de spectacles, diffuseur de spectacles et organisateur(trice) d'événements musicaux (20 répondants, voir Tableau 4). Pour les autres catégories de métiers, le nombre de répondants varie entre 9 et 14. Seul le métier de distributeur(trice) n'a obtenu aucune réponse.

Choix de réponses Catégories de métiers pour les travailleur(euse)s culturel(le)s	Réponses	
Agent(e) d'artistes et gérant(e) d'artistes	13%	(13)
Agent(e) de spectacles, diffuseur(euse) de spectacles et organisateur(trice) d'événements musicaux	19 %	(20)
Éditeur(trice) musical(e), pisteuse(euse) radio, producteur(trice) d'enregistrements sonores et réalisateur(trice) d'enregistrements sonores	14 %	(14)
Métier lié aux communications et métier lié au marketing et à la promotion/mise en marché	9%	(9)
Métier lié à la gestion des ressources humaines et métier lié à l'administration et au financement	11 %	(11)
Distributeur(trice)	0 %	(0)
Producteur(trice) de spectacles	13 %	(13)
Professeur(e)/enseignant(e)/chercheur(euse)	9 %	(9)
Autre (veuillez préciser)	14 %	(14)
	<b>Répondu</b>	<b>103</b>

Tableau 4. Métiers occupés par les répondants s'identifiant comme travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation

Les répondants au sondage se sont identifiés comme indépendant(e), travailleur(euse) autonome ou pigiste dans la majorité des cas (72 %; voir Tableau 5). Par ailleurs, la majorité d'entre eux (56 %) ne sont pas salariés pour une organisation particulière, mais œuvrent d'abord comme travailleur(euse)s autonomes (voir Tableau 6).

Statut des travailleur(euse)s	Réponses	
Salarié(e)	14 %	(52)
Salarié(e) contractuel(le) ou temporaire	5 %	(18)
Indépendant(e), travailleur(euse) autonome ou pigiste	72 %	(276)
Autre (veuillez préciser)	9 %	(35)
	<b>Répondu</b>	<b>381</b>

Tableau 5. Statut de travailleur(euse)

## PORTRAIT DES RÉPONDANTS DU SONDAGE (suite)

Type d'organisation pour laquelle les répondants travaillent	Réponses	
Association, regroupement, OSBL, OBNL ou ONG	8 %	(28)
École	6 %	(22)
Maison de disque ( <i>label</i> )	4 %	(15)
Diffuseur spécialisé	3 %	(11)
Organisme de production artistique	9 %	(33)
Indépendant(e) ou travailleur(euse) autonome	56 %	(211)
Autre (veuillez préciser)	15 %	(55)
	<b>Répondu</b>	<b>375</b>

Tableau 6. Type d'organisation pour laquelle vous travaillez

Une majorité des répondants sont membres de l'Union des artistes (55 %, voir Tableau 7). La Guilde des musiciens et musiciennes du Québec arrive deuxième avec 29 % des répondants ayant indiqué être membres. La Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec et le Conseil québécois de la musique arrivent ensuite avec respectivement 20 % et 11 % des répondants.

Membership	Réponses	
Alliance internationale des employés de scène, de théâtre et de cinéma des États-Unis, de ses territoires et du Canada (AIEST) (sections locales 56, 523), Association des professionnels des arts de la scène (APASQ) et Centre québécois de l'Institut canadien des technologies scénographiques (CQICTS)	1 %	(4)
Association professionnelle de l'édition musicale (APEM)	4 %	(15)
Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)	8 %	(28)
Conseil québécois de la musique (CQM)	11 %	(41)
Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV)	3%	(11)
Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ)	29 %	(106)
RIDEAU, l'Association professionnelle des diffuseurs de spectacles	3 %	(12)
Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ)	20 %	(71)
Union des artistes (UDA)	55 %	(200)
Conseil régional de la Culture	7 %	(25)
Autre (veuillez préciser)	19 %	(67)
	<b>Répondu</b>	<b>363</b>

Tableau 7. Association(s) à laquelle (auxquelles) les répondants sont membres (plusieurs réponses possibles).

Le type d'engagement des répondants varie grandement et est relativement diversifié. Sans surprise toutefois, près de 88 % des répondants affirment avoir des engagements sur la scène (voir Tableau 8, un même répondant pouvait sélectionner plus d'une réponse).

Type d'engagement	Réponses
Scène	88 % (318)
Radio, télévision	35 % (125)
Enregistrement sonore	53 % (193)
Enseignement	41 % (147)
Événements corporatifs et autres (ex. : cabanes à sucre, mariages, veillées de danse, rue, etc.)	42 % (151)

Tableau 8. Types d'engagement

Comme il est possible de le constater au Tableau 9, près de la moitié des répondants (152 répondants; 49 %) n'a pas **suivi d'activités de formation continue au cours des deux dernières années**. Près du tiers des répondants en ont suivi une (47 répondants; 15 %) ou deux (54 répondants; 17 %). Fait intéressant à noter, les travailleur(euse)s culturel(le)s disent avoir participé en beaucoup plus grand nombre (72 %) que les artistes/créateurs(trices)/interprètes (49 %) à des activités de formation continue. De plus, 21 % d'entre eux (elles) ont suivi plus de quatre activités de formation par rapport à seulement 5 % pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes.

Nombre d'activités de formation continue suivies	Tous	Artiste/créateur(trice)/interprète	Travailleur(euse) culturel(le)
0	49 % (152)	51 % (140)	28 % (12)
1	15 % (47)	14 % (39)	19 % (8)
2	17 % (54)	18 % (49)	12 % (5)
3	7 % (22)	6 % (17)	14 % (6)
4	5 % (16)	5 % (13)	7 % (3)
5 et plus	6 % (22)	5 % (16)	21 % (9)
<b>Total</b>	<b>313</b>	<b>274</b>	<b>43</b>

Tableau 9. Nombre d'activités de formation continue suivies au cours des deux dernières années

	Réponses
Artiste/créateur(trice)/interprète	81 % (239)
Travailleur(euse) culturel(le)	20 % (29)
<b>Total</b>	<b>70 % 269</b>

Tableau 10. Formation académique est en lien avec le métier des répondants

Concernant la formation académique, il est à noter que 13 % des répondants artiste/créateur(trice)/interprète (38 répondants) ont indiqué être autodidactes, contre 6 % des répondants travailleur(euse) culturel(le).

## PORTRAIT DES RÉPONDANTS DU SONDAGE (suite)

Les répondants demeurent principalement dans la région de Montréal (61 %), tel qu'il est possible de le constater dans le Tableau 11. Les répondants sont issus de tranches d'âge et d'années d'expérience variées, démontrant une représentation variée de la population sondée (voir Tableau 12 et Tableau 13).

Région de résidence	Tous	Artiste/créateur(trice)/ interprète	Travailleur(euse) culturel(le)
Montréal	61 % (235)	61 % (205)	61 % (30)
Capitale-Nationale	9 % (36)	9 % (30)	12 % (6)
Ensemble des régions, sauf Montréal et Capitale-Nationale	29 % (113)	30 % (99)	27 % (13)
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>334</b>	<b>49</b>

Tableau 11. Région de résidence des répondants

Groupes d'âge	Réponses
18 à 24 ans	4 % (14)
25 à 34 ans	26 % (99)
35 à 44 ans	24 % (93)
45 à 54 ans	21 % (81)
55 à 64 ans	18 % (69)
Plus de 65 ans	7 % (25)
	<b>Répondu 381</b>

Tableau 12. Groupe d'âge des répondants

Nombre d'années d'expérience dans l'industrie	Réponses
2 ans ou moins	7 % (28)
3 à 5 ans	13 % (49)
6 à 10 ans	17 % (65)
11 à 15 ans	12 % (46)
16 à 20 ans	15 % (57)
Plus de 20 ans	36 % (135)
	<b>Répondu 380</b>

Tableau 13. Nombre d'années d'expérience dans l'industrie de la musique à titre de professionnel(le)

### 3.3 LIMITES DE L'ÉTUDE

La méthodologie employée par l'étude a été suivie en vue d'assurer la meilleure représentativité possible de la Chaîne Musique. Néanmoins, les résultats de cette étude reposent sur un échantillon d'individus, et non pas sur l'ensemble des travailleur(euse)s du secteur, et présente ainsi certaines limites quant à la généralisation des résultats à l'ensemble de la population de travailleur(euse)s de la Chaîne Musique.

De plus, tel que soulevé précédemment, plusieurs répondants n'ont pas précisé leurs informations sociodémographiques (près de 50 % des répondants). Ainsi, les données pour lesquelles des comparaisons sont faites par catégorie sociodémographique (ex. : âge, genre, nombre d'années d'expérience au sein du secteur, etc.) sont limitées aux réponses soumises par les répondants ayant répondu à ces questions.



# 4

## ENJEUX ET TENDANCES DE LA CHAÎNE MUSIQUE

### 4.1 DYNAMIQUE DU SECTEUR

La Chaîne Musique regroupe plusieurs maillons permettant l'émergence des oeuvres musicales, leur diffusion auprès des consommateurs, et la formation des travailleurs du domaine. Ces maillons, au nombre de sept, sont les suivants.

1. **Recherche-création** : la recherche-création regroupe l'ensemble des étapes de la démarche artistique : l'écriture de textes, la composition de mélodies, la définition d'une identité artistique ou d'un créneau d'activité, le développement d'un répertoire, le perfectionnement des méthodes et techniques de création, etc.
2. **Édition** : selon l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), l'édition implique de soutenir la création de nouvelles oeuvres musicales et la valorisation d'oeuvres déjà existantes. L'édition implique la gestion des droits d'auteur et du développement de la carrière des créateurs(trices). Elle vise à générer des revenus dans tous les contextes où la musique peut être utilisée (concerts, enregistrements sonores, productions audiovisuelles, Web, jeux vidéo, etc.)<sup>8</sup>.
3. **Production** : la production regroupe toutes les activités permettant d'enregistrer sur un support physique ou numérique un enregistrement sonore. La production implique de contrôler les sessions d'enregistrement, d'accompagner les artistes et de superviser les enregistrements, le mixage audio et le matriçage (*mastering*).
4. **Diffusion-distribution-commercialisation** : le maillon diffusion-distribution-commercialisation implique l'ensemble des fonctions ayant pour but de rendre accessibles les oeuvres musicales aux consommateurs. Ces fonctions impliquent le rayonnement, la découvrabilité des oeuvres musicales, le référencement Web, la promotion, etc.
5. **Conservation et valorisation** : la conservation fait notamment référence au fait de pérenniser physiquement et/ou numériquement des oeuvres musicales sur le long terme. La valorisation, pour sa part, implique de décrire ces oeuvres dans des catalogues, de pouvoir les communiquer au public et de les mettre en valeur en vue de leur permettre d'être cédées ou utilisées, ou de produire un revenu.

8. Association des professionnels de l'édition musicale (APEM). L'édition musicale.

6. **Formation** : la formation des artistes/créateur(trice)s/interprètes/technicien(ne)s et des travailleur(euse)s culturel(le)s est essentielle en vue d'assurer la relève au sein de la Chaîne Musique, ainsi que la mise à jour continue des compétences. Ces fonctions de formation sont assumées à la fois par les écoles (publiques, professionnelles ou privées), les cégeps, les universités, les associations et organismes, ainsi que par les travailleur(euse)s du secteur eux(elles)-mêmes.
7. **Fonctions de gestion (gestion administrative, gestion des ressources humaines, gestion des biens matériels et immatériels)** : les fonctions de gestion regroupent les fonctions nécessaires à l'entrepreneuriat musical, à la gestion d'un organisme dans le domaine de la musique, à la gestion de projets (projets créatifs, tournées, etc.) et à la gestion de carrière.

Ainsi, la Chaîne Musique comprend une grande diversité de fonctions de travail, laquelle découle non seulement de la multitude des genres musicaux, mais également de la diversité des modes de production et de diffusion. Cet extrait du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* met bien de l'avant cette industrie aux multiples fonctions.

*« Au coeur de la création, on retrouve les fonctions de musicien, d'auteur-compositeur, d'interprète, de chef d'orchestre, de chef de choeur, d'orchestrateur, etc.*

*Autour d'eux gravitent tous les responsables de la direction artistique et de la production, que ce soit en contexte de concerts et spectacles, de studio et d'enregistrement audio ou encore d'édition et d'enregistrement sonore. Pour bien fonctionner, la Chaîne Musique a également besoin de personnes compétentes dans les fonctions suivantes : réalisateur, accordeur, restaurateur, facteur d'instruments, enseignant, critique musical, copiste, etc.*

*Pour produire et diffuser la musique, on trouve également les responsables qui assument des fonctions organisationnelles et qui travaillent notamment pour des artistes, des producteurs, des regroupements d'artistes, des diffuseurs ou des salles de concert et de spectacle.<sup>9</sup> »*

Depuis le début des années 2000, le secteur de la musique vit une transformation majeure particulièrement avec le développement du numérique. Tel qu'indiqué dans le *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, « la diffusion en continu (*streaming*) et la dématérialisation des supports étant maintenant devenues le modèle dominant, les entreprises de production, de mise en marché et de distribution doivent revoir leurs modèles d'affaires ». Cette situation amène également de grandes transformations au sein de certains métiers, dont, par exemple, ceux de gérant(e)s d'artistes ou d'éditeurs(trices) musicaux(cales).

Dans ce secteur plus démocratisé de la musique, la gestion des droits d'auteur prend d'autant plus d'importance pour les travailleur(euse)s de la Chaîne, d'autant plus que plusieurs activités donnent lieu à des droits : la composition de chansons, l'édition, l'interprétation et la production.

Si les droits des oeuvres musicales peuvent appartenir à diverses parties (y compris les compositeurs(trices), les éditeurs(trices) et les maisons de disques), « les artistes associés à de grandes maisons de disques peuvent n'avoir que des droits limités, tandis que les artistes indépendants disposent souvent de la plupart ou de la totalité des droits<sup>10</sup> ». Dans un contexte où la musique est de plus en plus consommée en numérique ou en continu, plutôt que par l'entremise de supports, l'habileté à naviguer au sein de l'univers des droits d'auteur est de plus en plus complexe.

9. Compétence Culture. (Juin 2018). *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*

10. Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien.

À travers cette transformation, le maintien et le rehaussement des compétences des travailleur(euse)s de la Chaîne Musique deviennent essentiels.

Les écoles de formation en musique jouent évidemment un rôle de premier plan pour la formation; par ailleurs, la formation des musiciens est variable selon les genres musicaux. Tel que soulevé au sein du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, la formation musicale « débute souvent tôt dans la vie et se poursuit dans un continuum allant du loisir culturel à la formation académique. Elle peut aussi parfois s'acquérir par autodidaxie.<sup>11</sup> » Les associations, telles que l'UDA, la SPACQ, l'APASQ, jouent également un rôle important dans l'offre d'une formation continue auprès des travailleur(euse)s de la Chaîne Musique. Les regroupements régionaux et le Conseil québécois de la musique (CQM) peuvent également offrir des activités de formation continue en musique, en collaboration avec des associations ou regroupements nationaux ou encore avec des partenaires locaux

## 4.2 ENJEUX OBSERVÉS AU SEIN DE LA CHAÎNE MUSIQUE

La collecte de données a fait émerger des enjeux relatifs à la Chaîne Musique, dont certains avaient déjà été observés dans le cadre d'autres études récentes. Ces enjeux se recoupent au nombre de quatre et sont précisés au sein des pages suivantes.

### MULTIPLICATION ET TRANSFORMATION DES MÉDIAS DE DIFFUSION

L'évolution rapide des technologies a entraîné, dans les dernières années, une évolution tout aussi rapide des sources de diffusion de contenu musical et, par le fait même, des sources potentielles de revenus. En effet, les revenus associés aux sources traditionnelles de diffusion de contenu (c'est-à-dire CD, spectacles, musique de film ou de télé-série, musique numérique) ont reculé, pour faire place à de multiples services de diffusion de musique sur demande/en continu : Apple Music, YouTube, YouTube Music, Google Play Music, Amazon Music Unlimited, Sirius XM, Spotify, Deezer, TIDAL, Stingray Music, Saavn, etc.

Tel que rapporté dans l'*Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*, les achats d'unités physiques et de téléchargements numériques ont diminué de 50 %, au Canada, pendant la période de 2012 à 2017, alors que les revenus de la diffusion en continu ont connu une croissance marquée, passant de 11 M\$ en 2012 à 516 M\$ en 2017.<sup>12</sup>

Il est possible de croire que cette évolution du secteur n'est encore qu'à ses débuts lorsqu'on constate que les fournisseurs les plus importants de diffusion de musique en continu (à l'exception de YouTube) ont fait leur percée sur le marché canadien il y a moins d'une dizaine d'années (ex. : Spotify en 2014, iTunes Music en 2015, Google Play Music en 2014).<sup>13</sup> En outre, il est préoccupant de constater que les taux de redevances, « généralement établis comme un pourcentage des revenus bruts admissibles réalisés par l'utilisateur de la musique, [...] » sont l'un des plus bas pour les services de diffusion en continu sur demande (par exemple un maximum de 6,8 % relativement au maximum de 8,2 % pour la radio commerciale, 10,8 % pour la radio satellite et 21 % pour l'audio numérique payante)<sup>14</sup> ».

11. Compétence Culture. (Juin 2018). *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*.

12. Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien.

13. Ibid.

14. Ibid.

Cette multiplication des plateformes donne également un accès à un plus grand nombre de consommateurs(trices) en ouvrant la porte à de nouveaux marchés internationaux. À cet effet, l'Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens mettait de l'avant qu'environ « le tiers des sommes payées par la SOCAN vont à des auteurs et éditeurs affiliés non canadiens (95,8 M\$) [...] » et que la plupart des revenus des auteurs canadien(ne)s proviennent de sources internationales affiliées (61,4 M\$ ou environ 62 % de l'ensemble des revenus des auteurs canadien[ne]s)<sup>15</sup> ». Ces données chiffrées mettent bien en lumière la proportion des revenus du secteur qui provient de l'international.

Si certains artistes/travailleur(euse)s culturel(le)s consulté(e)s dans le cadre de cette étude perçoivent cette situation comme une occasion de se positionner à l'international, d'autres le voient plutôt comme une menace à l'identité culturelle québécoise et à la créativité des artistes d'ici, qu'ils craignent voir « diluées » ou « neutralisées » par la recherche d'un « son international ». Parallèlement, cette situation a créé une augmentation de la concurrence. Les artistes et travailleur(euse)s culturel(le)s consulté(e)s ont indiqué que la compétition, qui était auparavant plus locale, voire américaine ou française, était maintenant de nature internationale.

Dans tous les cas, la multiplication et la transformation des médias de diffusion obligent les travailleur(euse)s du secteur à se renouveler, autant pour comprendre la dynamique et le fonctionnement de ces nouveaux acteurs, que pour réussir à y positionner leurs oeuvres musicales pour en tirer des revenus.

## RÉDUCTION ET MORCELLEMENT DES SOURCES DE REVENU

Les modalités de rémunération des services de diffusion de musique sur demande/en continu ont un impact majeur sur les travailleur(euse)s culturel(le)s et les artistes bénéficiant des droits, car leur part des revenus est diluée sur l'ensemble des diffusions et des écoutes. Tel que paru récemment dans un article de Radio-Canada, la rémunération aux artistes sur des plateformes telles que Spotify ou Apple Music se fait au prorata. Ainsi, « [...] chaque écoute est comptabilisée, puis [...] les écoutes de l'ensemble des artistes qui sont sur la plateforme dans le monde sont additionnées. Ensuite, les revenus qui viennent des abonnements de ces plateformes sont redistribués aux ayants droit au prorata du nombre d'écoutes sur le total. [...] », le montant versé aux artistes ne dépend pas seulement du nombre d'écoutes par mois de leurs chansons, mais surtout du nombre d'écoutes par rapport aux autres artistes.<sup>16</sup> ». Ces nouvelles façons de rémunérer favorisent les oeuvres à grande écoute et forcent nombre d'artistes et de travailleur(euse)s culturel(le)s à repenser leurs plans d'affaires et leurs sources de revenus. À cet effet, plusieurs militent d'ailleurs depuis plusieurs années pour l'instauration de nouvelles lois et réglementations permettant de mieux reconnaître l'ensemble du travail créatif derrière les oeuvres musicales : imposition aux diffuseurs, changement dans la tarification des droits d'auteurs, changement dans la manière de verser les redevances, etc.<sup>17</sup> Plusieurs artistes cherchent par ailleurs à capitaliser sur d'autres sources de revenus, que ce soit par l'augmentation du nombre de spectacles, par des approches d'autodiffusion ou d'autres moyens novateurs.

Enfin, ces changements impliquent également des transformations dans les rôles des artistes et des travailleur(euse)s culturel(le)s. Face à une réduction de leurs revenus, plusieurs artistes prennent davantage de responsabilités à l'intérieur de la chaîne, que ce soit en assumant des portions ou la totalité d'activités liées à la production ou à la commercialisation. Les attentes que les artistes entretiennent à l'égard des travailleur(euse)s culturel(le)s évoluent par le fait

15. Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien.

16. Gladel, Cecile. (30 octobre 2019). *Voici comment Spotify rémunère les artistes*. Radio-Canada.

17. Radio-Canada. (29 octobre 2019). *Des artistes s'élèvent contre les géants du Web*.

même; par exemple, le travail « d'édition musicale » qui comprend la monétisation des oeuvres musicales, généralement pris en charge par l'auteur(e)-compositeur(trice) et par l'éditeur(trice)<sup>18</sup>, doit être repensé pour assurer une entrée de revenus dans un contexte où ceux-ci se retrouvent réduits et morcelés. L'auteur(e)-compositeur(trice) pourra ainsi avoir comme attente que l'éditeur(trice) l'accompagne différemment afin d'explorer de nouvelles façons de monétiser ses oeuvres musicales. Ces transformations dans les métiers de la Chaîne Musique sont discutées plus en profondeur à la section 4.5 *Métiers en émergence et en transformation* (p. 32). Dans ce contexte, la connaissance des droits musicaux ressort à la fois comme un atout essentiel et un enjeu important.

## ACCÈS FACILITÉ AU MARCHÉ POUR LES CRÉATEURS(TRICES)

L'évolution technologique a augmenté l'accessibilité des moyens techniques nécessaires pour la production d'un enregistrement sonore. Tel que souligné au sein d'une étude de l'ADISQ, « l'équipement et les logiciels de base nécessaires à la réalisation d'un enregistrement sonore sont maintenant pratiquement à la portée de tous<sup>19</sup>. » Bien que des équipements de pointe demeurent nécessaires pour être en mesure de rivaliser avec les productions d'envergure internationale, cette appropriation plus aisée des moyens techniques a permis à davantage d'artistes d'avoir accès au marché.

La présence d'émission télévisuelle faisant la promotion de la musique (ex. : Star Académie, La Voix, La Voix Junior), met également de l'avant l'accessibilité plus grande à l'industrie pour toute personne intéressée, sans avoir besoin de contacts préalables. Parallèlement, l'existence des nouveaux modes de diffusion de contenu a permis l'émergence de nouveaux artistes sur la scène locale et internationale, venant, du même coup, envoyer un message d'accessibilité à la musique. Cette situation, rapportée par les travailleur(euse)s culturel(le)s et artistes consulté(e)s, peut également entraîner des conséquences difficiles pour les personnes oeuvrant depuis plus longtemps dans l'industrie. Ces derniers affirment que cela amène une pression à la nouveauté et les force à se renouveler en continu pour maintenir des revenus durables et ne pas être oublié une fois la dernière oeuvre moins diffusée ou la tournée terminée.

## TRANSFORMATION DES MOYENS DE MISE EN MARCHÉ

Dans un tel contexte de transformation, il va de soi que les moyens de promotion et de marketing doivent inévitablement évoluer. Les participant(e)s rencontré(e)s ont fait amplement état de cette situation, situation qui a également été rapportée dans une récente étude de l'ADISQ<sup>20</sup>. Parmi les changements dans les approches de mise en marché, les médias numériques offrent de nouveaux outils qui modifient les façons de faire : achat de bandeaux publicitaires, achat de mots clés permettant un meilleur positionnement dans le référencement des moteurs de recherche, utilisation des réseaux sociaux, etc.

Par ailleurs, les modes de fonctionnement des services de diffusion de musique sur demande/en continu peuvent insidieusement faire obstacle aux artistes et nuire à la diffusion étendue de leurs oeuvres. Par exemple, la classification par genre de type « francophone », plutôt que « pop » ou « rock » pour une oeuvre québécoise, peut limiter sa diffusion auprès des consommateurs(trices), les algorithmes des grandes plateformes de diffusion de musique fonctionnant généralement par préférence de genre.

18. Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien.

19. ADISQ. (Février 2017). *État des lieux de l'industrie québécoise de la musique*.

20. Ibid.

En outre, le besoin de maîtriser ces nouvelles approches, combiné à l'offre grandissante de médias numériques et de plateformes de diffusion en continu, nécessite la réalisation d'une vigie régulière, voire continue pour rester actuel et compétitif. Tel que souligné dans l'étude de l'ADISQ, ces nouvelles façons de faire « nécessitent également un investissement important, car elles requièrent des ressources dédiées à l'entretien constant de ces outils et à l'animation et au développement de communautés. [Dans ce contexte], de nombreuses études insistent sur l'importance d'allier promotion numérique et marketing traditionnel afin d'avoir un réel impact<sup>21</sup> ». Or, l'utilisation d'une telle stratégie hybride influence évidemment les coûts associés à la promotion et mise en marché.

L'ensemble de ces enjeux transversaux à la Chaîne Musique donne naissance à une série de défis avec lesquels les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s et les travailleur(euse)s culturel(le)s ont à composer.

### 4.3 DÉFIS RESSOURCES HUMAINES

Issus du *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* de Compétence Culture, les défis ressources humaines sont définis comme « un élément problématique que rencontrent les personnes oeuvrant dans le secteur culturel ou les organisations. Ces éléments problématiques ont un impact négatif sur les personnes, les organisations ou la chaîne. Les défis ressources humaines ne sont pas toujours directement résolubles par le développement des compétences. Ils peuvent nécessiter le développement de politiques, de programmes, de mesures, d'incitatifs, de réglementations, etc.<sup>22</sup> ».

Le Tableau 14 ci-dessous reprend les défis ressources humaines identifiés par Compétence Culture et indique, pour chacun d'entre eux, si ces défis ont été relevés au sein de la présente étude. Il est également précisé si ces défis ont été soulevés par les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s, ou par les travailleur(euse)s culturel(le)s. Enfin, la colonne « commentaires » apporte certaines précisions en regard des défis RH soulevés.

Notons que les défis présentés dans le Tableau 14 sont transversaux à la Chaîne Musique et découlent, pour la plupart, des enjeux précédemment décrits, ainsi que de la dynamique du secteur de la musique.

21. ADISQ. (Février 2017). *État des lieux de l'industrie québécoise de la musique*.

22. Compétence Culture. (Juin 2018). *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*.

DÉFIS RH	ARTISTE/CRÉATEURS(TRICES)/INTERPRÈTES/ TECHNICIEN(NE)S	TRAVAILLEUR(EUSE)S CULTUREL(LE)S
1. La rémunération non compétitive, la faiblesse des revenus	Les artistes et travailleur(euse)s culturel(le)s rencontré(e)s ont exprimé que, depuis les dernières années, le défi est toujours plus grand de se démarquer pour réussir à se faire connaître et générer des revenus suffisants annuellement. Les sources de revenus traditionnelles se sont taries, alors que la maîtrise et le contrôle des nouvelles sources de revenus demeurent fragiles. La diminution des revenus disponibles entraîne davantage de précarité (et conséquemment de la rareté) pour certains métiers (ex. : gérant(e)s et agent(e)s d'artistes). Certain(e)s artistes et créateur(s/trices) se voient forcés d'assumer eux-mêmes un rôle plus important dans des fonctions auparavant occupées par les travailleur(euse)s culturel(le)s (production, commercialisation, etc.).	Dans un contexte très compétitif où le nombre et la diversité des oeuvres sont toujours plus grands, on observe que le cycle de création, production et diffusion s'accélère et force un renouvellement plus rapide des artistes et un soutien accru des travailleurs culturels.
2. L'accroissement des rythmes de production	Tel qu'indiqué précédemment, les sources de revenus de la Chaîne Musicque sont de plus morcelées et en fluctuation, notamment en raison des modalités de rémunération des services de diffusion de musique sur demande/en continu, qui sont de plus en plus utilisés par les consommateurs, ainsi que par la diminution marquée des ventes d'unités physiques et de téléchargements numériques d'oeuvres musicales.	Ce défi est accentué par le fait que les travailleur(euse)s culturel(le)s (au même titre que les artistes) doivent souvent porter plusieurs chapeaux et que la plupart n'ont pas accès à des ressources financières suffisantes (tel que souligné par l'enjeu précédent) pour embaucher ou faire appel à des spécialistes pour les aider avec les transformations en cours dans l'industrie.
3. La fluctuation des revenus	Par manque de ressources et de soutien, plusieurs artistes indiquent devoir occuper des fonctions multidisciplinaires et développer eux(elles)-mêmes les compétences liées à l'exploitation et/ou à la gestion d'une PME. De plus, quelques artistes/créateurs(trices)/ interprètes/technicien(ne)s rencontré(e)s ont exprimé percevoir un manque de ressources gouvernementales pour les soutenir dans l'exercice de leurs fonctions (ex. : renouvellement, création, critères d'accès à certains programmes très précis et non accessibles), plus particulièrement pour les artistes en marge et établi(e)s (ils (elles) soutenaient que davantage de ressources étaient disponibles pour les artistes émergents).	À noter que cet enjeu avait aussi été souligné comme étant présent au sein du secteur culturel québécois par des études antérieures, dont <i>L'étude de détermination des enjeux et des besoins de formation continue 2016-2017</i> , réalisée par l'ADISQ.
4. Le cumul des fonctions de travail	Dans un contexte de transformation majeure, de précarité des revenus et d'accélération du rythme de production, il est clair que la charge de travail s'accroît pour l'ensemble des acteurs(trices) du secteur, autant artistes que travailleur(euse)s culturel(le)s. À noter que cet enjeu avait déjà été souligné comme étant présent au sein du secteur culturel québécois par des études antérieures, dont <i>L'étude de détermination des enjeux et des besoins de formation continue 2016-2017</i> , réalisée par l'ADISQ.	Les organisations culturelles particulièrement affirment trouver difficile de bâtir une relève, d'attirer et de conserver une main-d'oeuvre qualifiée. Les conditions de travail peu attractives du secteur culturel (comparativement à d'autres secteurs, pour des postes de gestion ou d'administration, par exemple) et la recherche de conciliation travail/vie personnelle ne facilitent pas les choses.
5. L'intégration de la relève	Cet élément n'a pas été souligné par les artistes/créateurs (trices)/interprètes/technicien(ne)s dans le cadre de la présente étude.	

Tableau 14. Défis ressources humaines relevés au sein de l'étude, selon le type de poste

DÉFIS RH	ARTISTE/CRÉATEURS(TRICES)/INTERPRÊTES/ TECHNICIEN(NE)S	TRAVAILLEUR(EUSE)S CULTUREL(L)E(S)
<p><b>7. Le manque de sécurité d'emplois</b></p>	<p>Les artistes/créateur(trice)s/interprètes/technicien(ne)s ont soulevé le fait que plusieurs musicien(ne)s travaillent dans des conditions de précarité ou de pauvreté, ce qui avait d'ailleurs été soulevé par d'autres sources d'information<sup>23</sup>. De plus, seuls 6 % des artistes interrogé(e)s par le sondage ont indiqué être salarié(e)s, la très grande majorité ayant un statut de contractuel(le), temporaire, indépendant(e), autonome ou pigiste.</p>	<p>Tout comme c'est le cas pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s, l'industrie comprend un nombre élevé de travailleur(euse) s culturel(le)s contractuel(le)s, temporaires, indépendant(e)s, autonomes ou pigistes (à cet effet, seuls 13,7 % des travailleur(euse)s culturel(le)s ayant répondu au sondage ont indiqué être salarié(e)s).</p>
<p><b>8. Le nombre insuffisant d'agents de diffusion et de promotion</b></p>	<p>La rareté actuelle (pour les différentes raisons déjà soulevées) a pour effet que les artistes et créateurs(trices) viennent à moins envisager l'embauche d'un(e) agent(e) de diffusion ou de promotion comme une option accessible. Seul(e)s ceux (celles) ayant des redevances très élevées peuvent vraiment l'envisager.</p>	<p>La relation d'affaires avec les créateurs(trices) étant en évolution en raison notamment d'une augmentation des artistes assumant une portion ou l'ensemble des activités de production (autonomisation), ces métiers doivent s'adapter; le développement d'une offre de service à la carte est ainsi proposé par certains travailleur(euse)s culturel(le)s rencontré(e)s, qui indiquent par ailleurs que cette offre serait trop peu nombreuse sur le marché. De plus, les travailleur(euse)s culturel(le)s rencontré(e)s, ont soulevé le peu de visibilité des critiques musicales du fait de leur présence dans les médias traditionnels principalement.</p>
<p><b>9. Le recrutement de personnel qualifié</b></p>	<p>Cet élément n'a pas été soulevé par les artistes/créateurs (trices)/interprètes/technicien(ne)s dans le cadre de la présente étude.</p>	<p>Cet enjeu, qui découle des enjeux précédemment nommés, met de l'avant la nécessité, pour les travailleur(euse)s, d'avoir accès à des compétences spécifiques en intelligence d'affaires, en stratégie de données, en marketing numérique, afin de soutenir adéquatement les artistes et l'évolution des pratiques du secteur. Dans le cadre de cette étude, des participant(e)s ont mis de l'avant que la Chaîne Musique n'était pas nécessairement attractive pour les travailleur(euse)s qualifié(e)s souhaitant avoir accès à des conditions de travail stables et avantageuses; ainsi, plusieurs ont déploré le fait que les travailleur(euse)s culturel(le)s quittaient leurs fonctions après quelques années pour aller travailler au sein d'autres industries, rendant ainsi plus difficile l'accès à du personnel qualifié et d'expérience.</p>
<p><b>10. La protection sociale insuffisante</b></p>	<p>Expression d'un important sentiment d'isolement vécu par les artistes (particulièrement pour les gens de la chanson).</p>	<p>Cet élément n'a pas été soulevé dans le cadre de la présente étude.</p>

Tableau 14. Défis ressources humaines relevés au sein de l'étude, selon le type de poste (suite)

23. <https://www.icimusique.ca/articles/21228/milieu-musical-difficile-sante-mentale>

En plus des défis ressources humaines relevés ci-dessus, un autre défi, issu des enjeux et de la dynamique du secteur de la Chaîne Musique, a été soulevé dans le cadre de la présente étude. Ce défi est rapporté ci-dessous.

### **DÉFI D'ENTREtenir SA SANTÉ PHYSIQUE ET PSYCHOLOGIQUE DANS UN CONTEXTE EXIGEANT**

Le défi d'entretien de la santé psychologique a été exprimé à la fois par les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s et par les travailleur(euse)s culturel(le)s. Cette situation prend racine au sein d'une industrie qui comprend un nombre élevé de travailleur(euse)s contractuel(le)s, temporaires, indépendant(e)s, autonomes ou pigistes (à cet effet, seuls 13,7 % des répondant(e)s du sondage ont indiqué être salarié(e)s). Outre ces conditions d'emploi précaires, qui sont reconnues comme facteurs de risque pour la santé psychologique, les travailleur(euse)s de la Chaîne Musique doivent souvent composer avec des horaires atypiques, ne favorisant pas la conciliation travail/vie personnelle, en plus de devoir cumuler les fonctions<sup>24</sup>, créant une charge de travail importante (ce qui a d'ailleurs été relevé au sein du tableau présentant les défis ressources humaines de la Chaîne Musique).

L'entretien de la santé physique est également un défi qui a été relevé par les musiciens lors des groupes de discussion. Les participant(e)s réfèrent aux risques de blessures associés aux longues heures de pratique, aux mouvements répétitifs, et parfois à des problèmes d'ergonomie. D'autres études ont également documenté le risque de blessures chez les musicien(ne)s en raison de la fréquence quotidienne de la pratique instrumentale<sup>25</sup>.

### **AUTRES DÉFIS RESSOURCES HUMAINES NON RELEVÉS DANS LA PRÉSENTE ÉTUDE**

D'autres défis ressources humaines avaient été identifiés dans le *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, mais n'ont pas été soulevés dans le cadre de la présente étude. Il est important de mentionner que cela ne sous-entend pas que ces défis ne sont pas présents dans l'industrie, mais plutôt que l'objet de l'étude actuelle n'a pas conduit les participant(e)s ni les répondant(e)s à les soulever. Ces défis sont les suivants :

- La rotation de personnel.
- La discrimination envers les artistes autochtones.
- La discrimination envers les artistes provenant de ladite diversité culturelle.
- La discrimination envers les femmes (équité hommes-femmes).
- L'encadrement des pratiques d'enseignement (accréditation des formateurs[trices] et entraîneur[euse]s).
- La faible documentation des professions (référentiels) incluant la documentation des savoir-faire.
- La gestion des bénévoles.
- La mobilisation des passeur(euse)s de culture (municipalités/écoles).
- La préparation des candidat(e)s aux écoles professionnelles.
- La protection de la liberté d'expression.
- Le respect des pratiques écoresponsables.
- Les risques associés aux transitions de carrière.
- La succession aux postes de direction et le transfert de propriété matérielle et immatérielle.

24. Lemay, François. (mai 2019). *Le milieu musical : difficile pour la santé mentale*, Ici Radio-Canada Musique.

25. Blais-Poulin, Charles-Éric. (avril 2017). *L'envers de la scène*, La Presse.

## 4.4 MÉTIERS EN ÉMERGENCE ET EN TRANSFORMATION

Face à la dynamique du secteur, ses enjeux et ses défis, les métiers occupés par les artistes/ créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s et par les travailleur(euse)s culturel(le)s connaissent une évolution, voire une transformation. Si ce contexte est propice à l'émergence de certains métiers, d'autres, au contraire, sont plutôt en situation de rareté. Le Tableau 15 présente le portrait de l'évolution de ces métiers.

	Travailleur(euse)s culturel(le)s	Artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s
 <b>EN SITUATION DE RARETÉ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérant(e)s d'artiste et agent(e)s d'artiste</li> <li>• Producteurs(trices) de vidéoclips</li> <li>• Professionnel(le)s des relations publiques, marketing et communications (maîtrise du numérique et des réseaux sociaux)</li> <li>• Programmateur(trice) de salles de diffusion</li> <li>• Distributeurs(trices) locaux(ales)</li> <li>• Éditeurs(trices) musicaux(ales)</li> </ul> <p>Note. Les travailleurs d'expérience, ou seniors, sont en situation de rareté dans la plupart des métiers</p>	
 <b>EN TRANSFORMATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérant(e)s d'artiste et agent(e)s d'artiste</li> <li>• Producteurs(trices) de vidéoclips</li> <li>• Professionnel(le)s des relations publiques, marketing et communications (maîtrise du numérique et des réseaux sociaux)</li> <li>• Producteurs(trices) d'enregistrements sonores</li> <li>• Métiers liés à l'enregistrement (ex. : studios, maisons de disques)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auteur(e)s-compositeurs(trices)</li> <li>• Interprètes (chanteur(euse), musicien(ne)s, instrumentistes, comédie musicale).</li> <li>• Metteur(euse)s en scène et assistant(e)s</li> <li>• Fonction recherche (de répertoires – en musique traditionnelle).</li> <li>• Directeur(trice) artistique.</li> <li>• Réalisateur(trice)s (enregistrement sonore).</li> </ul>
 <b>EN ÉMERGENCE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services de consultation à la carte pour soutenir les artistes auto-producteurs</li> <li>• Gestionnaires de droits d'auteur</li> <li>• Gestionnaire (collecte, analyse et exploitation) des données de commercialisation d'enregistrements sonores et de spectacles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compositeurs et interprètes de musique électronique en coécriture (<i>beatmakers</i> et <i>topliners</i>)</li> </ul>

Tableau 15. Métiers en situation de rareté, en transformation et en émergence

Les métiers en situation de rareté sont ceux pour lesquels peu de travailleur(euse)s occupent ces fonctions. Les motifs de rareté peuvent être variés : expertise nouvelle et rare, faible attractivité du métier, besoins en baisse par manque de moyens, rôle pris en charge par d'autres acteurs de la chaîne, etc. Ces métiers ont été soulevés du côté des travailleur(euse)s culturel(le)s et font échos aux transformations du secteur, principalement en ce qui a trait au morcellement des revenus et à l'explosion des nouvelles plateformes de diffusion. Par exemple, pour les gérant(e)s d'artiste et les agent(e)s d'artiste, les distributeurs(trices) locaux(ales), les éditeurs(trices) musicaux(ales), et les diffuseurs de petites salles (programmateur[trice]s de salle, lieu de spectacles), les participants rencontrés ont indiqué qu'ils considéraient plus difficile qu'auparavant de générer des revenus en accompagnant un artiste. Concernant les producteurs(trices) de vidéoclips et les professionnel(le)s des relations publiques, du marketing et des communications (maîtrise du numérique et des réseaux sociaux), les participants ont indiqué que ces métiers existaient, qu'ils étaient très prisés et qu'il pouvait être difficile d'avoir accès à ces derniers en raison de leur faible nombre ou d'avoir des revenus suffisants pour faire appel à leurs services.

Les métiers en transformation sont les plus affectés par les changements en cours au sein du secteur. Ces derniers obligent les personnes œuvrant dans ces métiers à acquérir un nombre important de nouvelles compétences au risque d'être dépassées. Cette situation requiert également que les établissements d'enseignement adaptent leur offre pour intégrer les compétences et habiletés requises pour relever avec succès les défis actuels du secteur. L'ensemble des métiers actuellement en transformation sont causés par les enjeux du secteur de la musique elle-même, tel que cela a été décrit à la section 4.2.

Enfin, les métiers en émergence représentent de nouvelles fonctions ou rôles, auparavant inexistantes ou non nécessaires, mais qui s'avèrent de plus en plus pertinents et, dans certains cas stratégiques, pour prendre sa place dans l'industrie d'aujourd'hui. Ces nouveaux métiers émergent dans un contexte où les technologies permettent un plus grand accès aux créateurs (compositeurs[trices] et interprètes de musique électronique en coécriture [*beatmakers* et *topliners*]), dans un contexte où les revenus sont morcelés (services de consultation à la carte pour soutenir les artistes autoproducteurs[trices]) et au sein d'une industrie où la gestion des droits d'auteur est complexe (gestionnaires de droits d'auteur).



# 5

## BESOINS DE FORMATION TRANSVERSAUX

La réalisation des tables rondes et des groupes de discussion a permis de faire émerger onze compétences transversales à l'ensemble des travailleur(euse)s de la Chaîne Musique. Ces compétences transversales, précisées ci-dessous, ont ensuite été soumises aux répondant(e)s du sondage, lesquels devaient identifier, parmi celles-ci, les compétences prioritaires à développer ou perfectionner, dans le cadre de l'exercice de leur métier. La Figure 5 présente les résultats obtenus pour l'ensemble des répondant(e)s (total combiné) ainsi que par catégorie de métier. Il est possible d'y constater que les compétences jugées prioritaires par les répondant(e)s Artistes/ créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s ne sont pas les mêmes que celles jugées prioritaires par les répondant(e)s travailleur(euse)s culturel(le)s. Ainsi, les trois compétences soulevées comme étant prioritaires par le plus grand nombre de répondants **Artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s** sont les suivantes.

53 %

Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle

50 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

44 %

Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique : taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc.

Parallèlement, les trois compétences identifiées comme étant prioritaires par le plus grand nombre de répondants **travailleur(euse)s culturel(le)s** sont les suivantes.

57 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique : exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

48 %

Maîtriser les aspects juridiques de mon métier : gestion des ententes contractuelles avec les différent(e)s acteurs(trice)s de l'industrie, clarification des rôles et responsabilités, etc.

48 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

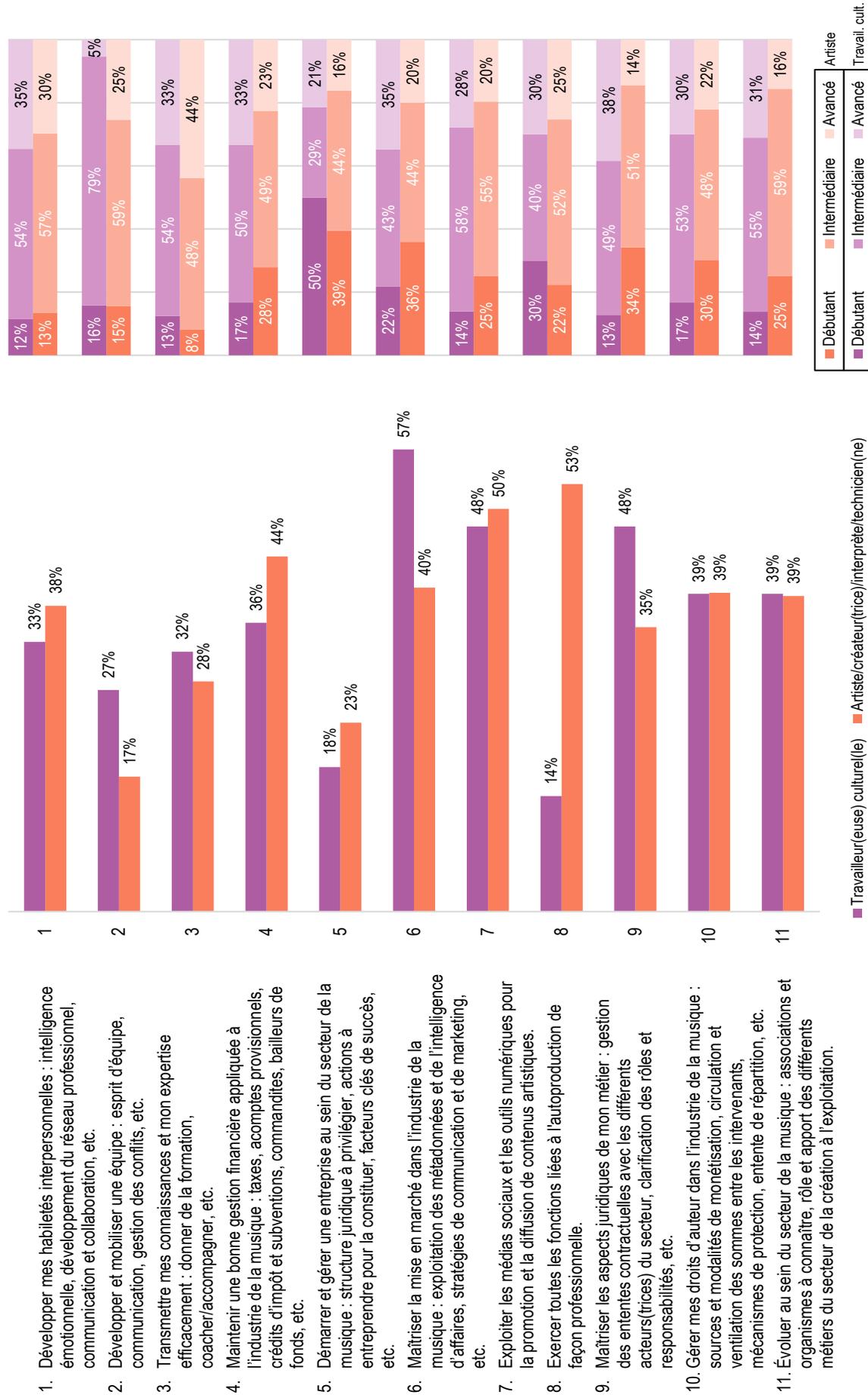


Figure 5. Priorisation des compétences transversales et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

Pour chacune des compétences identifiées précédemment, les répondants ont également précisé quel était le niveau de maîtrise qu'ils souhaitent posséder (débutant, intermédiaire ou avancé). Les résultats sont présentés dans la section de droite de la Figure 5. Cet exercice met en lumière que la majorité des participant(e)s souhaite posséder un niveau de maîtrise intermédiaire des compétences sélectionnées, exception faite de celle « Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion des contenus artistiques » qui requiert davantage un niveau débutant pour la majorité des répondant(e)s.

Ce portrait détaillé fait également ressortir l'importance de segmenter l'offre de formation pour mieux répondre aux besoins variés des personnes œuvrant dans l'industrie. En effet, la demande, pour certaines compétences, varie également selon le niveau souhaité de la formation. Par exemple, pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s, il est possible de constater une forte demande pour un niveau avancé de formation sur « Transmettre mes connaissances et mon expertise efficacement », alors que la demande est plutôt d'une formation de niveau débutant pour « Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique ». Aussi, il apparaît important que le niveau de la formation puisse apparaître clairement dans la promotion de l'activité, soit dans le choix du titre, dans son descriptif ou encore dans la clientèle visée.

Afin d'évaluer si le niveau de maîtrise ou les compétences souhaitées variaient en fonction de l'ancienneté des répondants, les données ont été croisées à cet effet. Les résultats obtenus, présentés à la Figure 6, permettent de faire ressortir certains points intéressants.

- Les personnes qui sont **plus récemment dans l'industrie** considèrent les compétences suivantes comme plus importantes que les personnes qui y œuvrent depuis plus de 5 ans.
  - Développer mes habiletés interpersonnelles : intelligence émotionnelle, développement du réseau professionnel, communication et collaboration, etc.
  - Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique : taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc.
  - Évoluer au sein du secteur de la musique : associations et organismes à connaître, rôle et apport des différents métiers du secteur de la création à l'exploitation.
- À l'inverse, les répondants qui sont **depuis plus longtemps dans l'industrie** considèrent comme plus importantes les compétences suivantes :
  - exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle;
  - maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique : exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.
- Il est important de souligner que cette priorisation ne se reflète pas nécessairement de la même façon sur le niveau souhaité de la formation. Par exemple, pour « Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique », des niveaux intermédiaire ou avancé sont davantage recherchés par les répondant(e)s ayant intégré récemment l'industrie, alors que des niveaux débutant et intermédiaire sont privilégiés par les répondant(e)s présent(e)s depuis plus de 5 ans dans l'industrie. Néanmoins, nous pouvons observer que de façon générale, les répondant(e)s œuvrant depuis 5 ans et moins dans l'industrie recherchent des formations de niveaux plus avancés, et ce, pour l'ensemble des compétences.

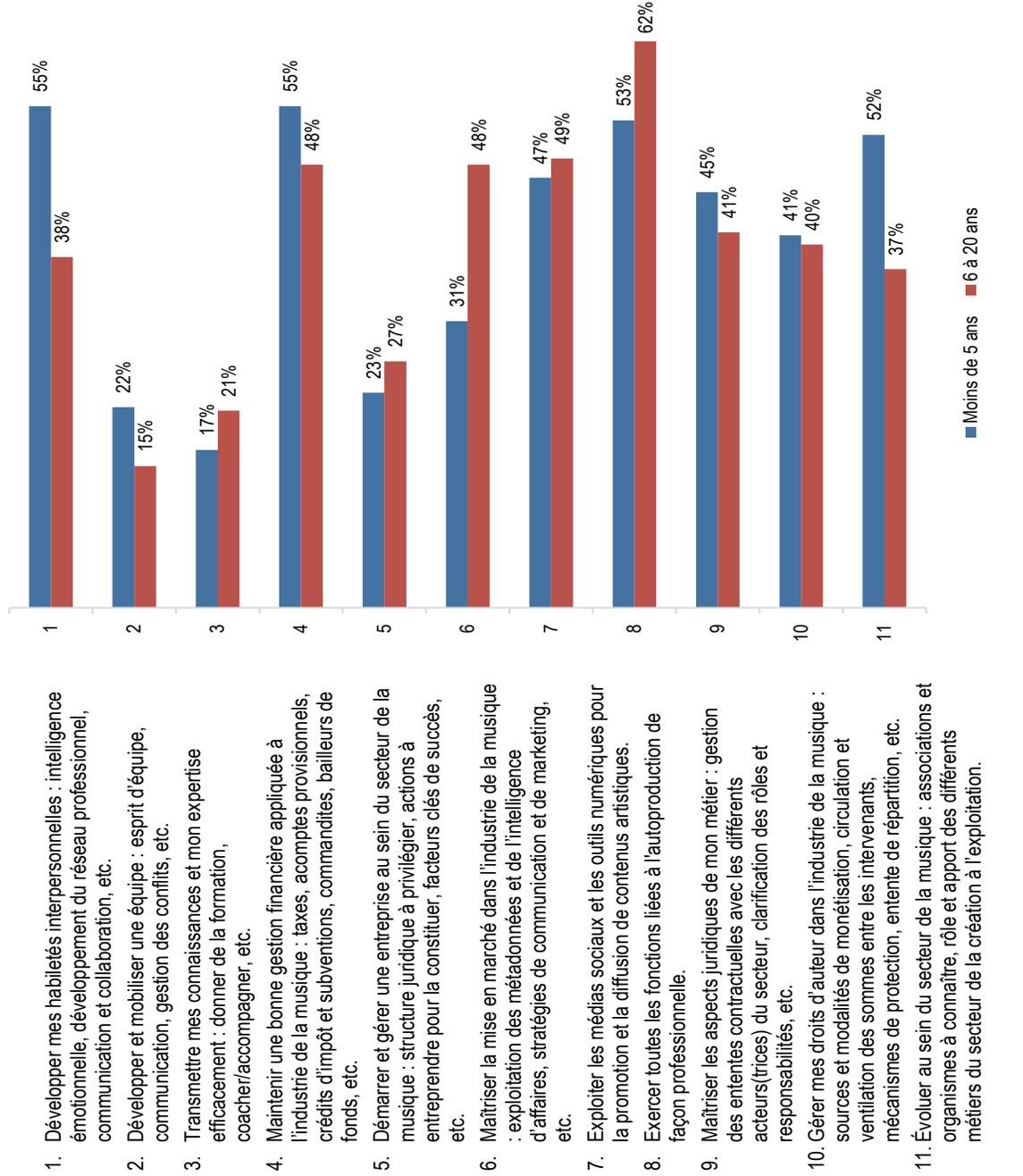


Figure 6. Priorisation des compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon le nombre d'années d'ancienneté

## 5.1 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX ARTISTES, CRÉATEURS(TRICES) ET INTERPRÈTES

La réalisation des tables rondes et des groupes de discussion a permis de faire émerger dix compétences spécifiques aux artistes/créateur(trice)s/interprètes. Les répondant(e)s au sondage de la catégorie artiste/créateur(trice)/interprète ont conséquemment été interrogés sur les compétences plus spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier. Le Figure 7 (page suivante) illustre que la compétence principale, pour 46 % des répondant(e)s, est de développer sa carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.

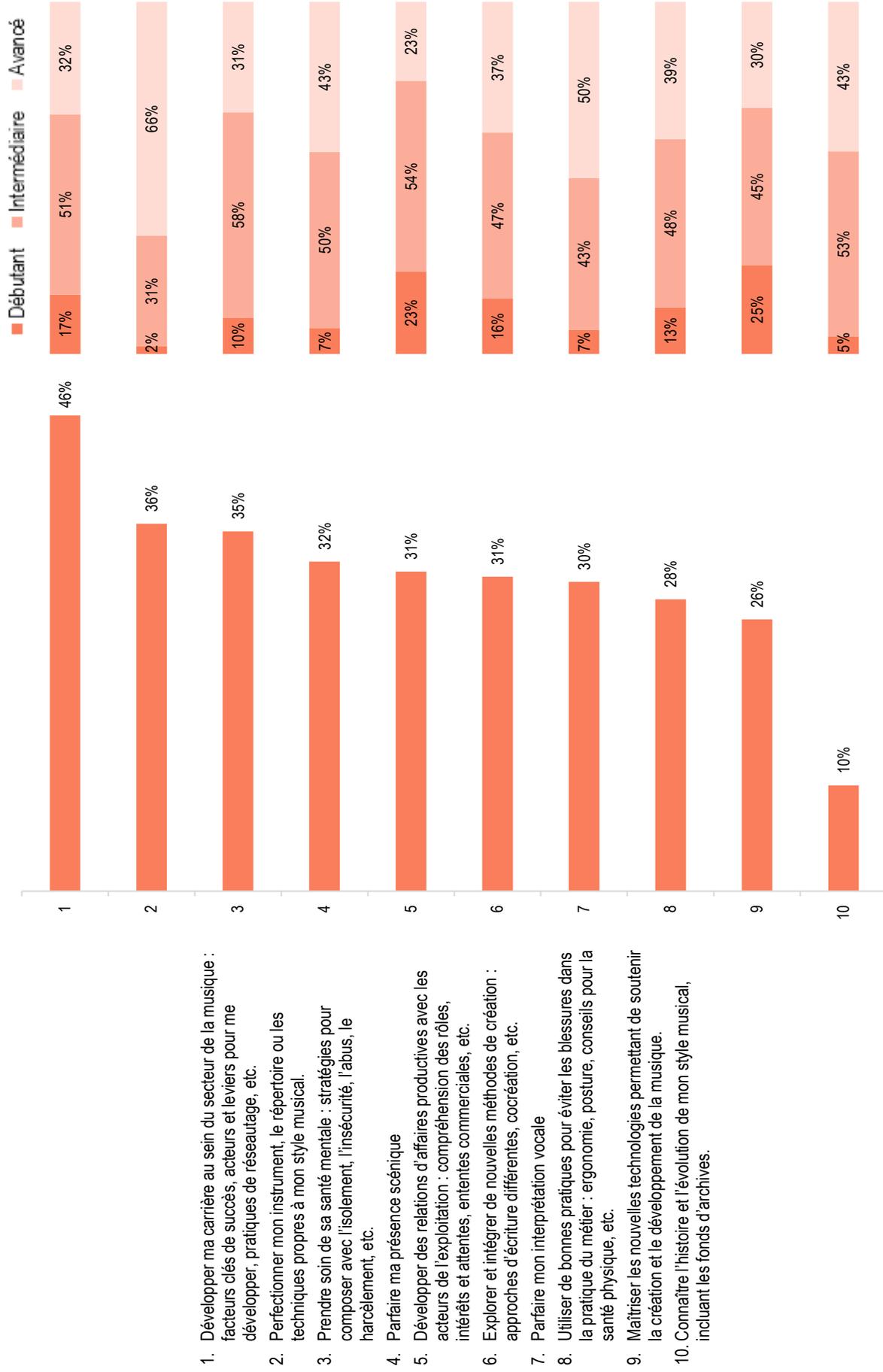


Figure 7. Compétences spécifiques aux artistes/créateur(trice)s/interprètes qui gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier et niveau de maîtrise souhaité

Pour chacune des compétences identifiées précédemment, les répondants Artistes/créateur(trice) s/interprètes ont également précisé quel était le niveau de maîtrise qu'ils souhaitent posséder (débutant, intermédiaire ou avancé). Les résultats sont présentés dans la section de droite de la Figure 7. Ces résultats mettent de l'avant que la majorité des participant(e)s souhaitent posséder un niveau de maîtrise intermédiaire des compétences sélectionnées, à l'exception des compétences relatives plus précisément à la maîtrise de leur instrument ou de leur voix. En effet, 50,0 % des répondants ont indiqué qu'ils souhaiteraient un niveau de maîtrise avancé relatif à l'interprétation vocale, alors que 66,4 % des répondants ont indiqué qu'ils souhaiteraient un niveau de maîtrise avancé relatif au perfectionnement de leur instrument, le répertoire ou les techniques propres à leur style musical. Cette observation avait également été soulevée dans le cadre des groupes de discussion; les participant(e)s ayant affirmé que les musiciens étaient généralement très bien formés sur leur instrument dans le cadre des formations initiales (académiques).

## CONSTAT

La formation relative à l'interprétation vocale et au perfectionnement de leur instrument, le répertoire ou les techniques propres à leur style musical **gagne à être de niveau avancé.**

## 5.1.1 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX AUTOPRODUCTEURS(TRICES)

Un total de 39 répondant(e)s se sont déclaré(e)s **autoproducteurs(trices)**, soit 5 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 8 présente, dans un premier temps, les compétences plus transversales sélectionnées par les autoproducteurs(trices) qui (ils [elles] jugent), gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Voici les trois compétences identifiées en priorité par le plus grand nombre de répondants **autoproducteurs(trices)**.

### Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle



**Gérer mes droits d'auteur dans l'industrie de la musique**  
(sources et modalités de monétisation, circulation et ventilation des sommes entre les intervenant(e)s, mécanismes de protection, entente de répartition, etc.)



**Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique**  
(exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.)



Les besoins de formation prioritaires qui suivent pour les **autoproducteurs(trices)** sont les aspects financiers (44 %), juridiques (42 %) et l'exploitation des médias sociaux (42 %).

La compétence « Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle » apparaît également comme prioritaire par 44% de tous les répondant(e)s **artistes/ créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s**.

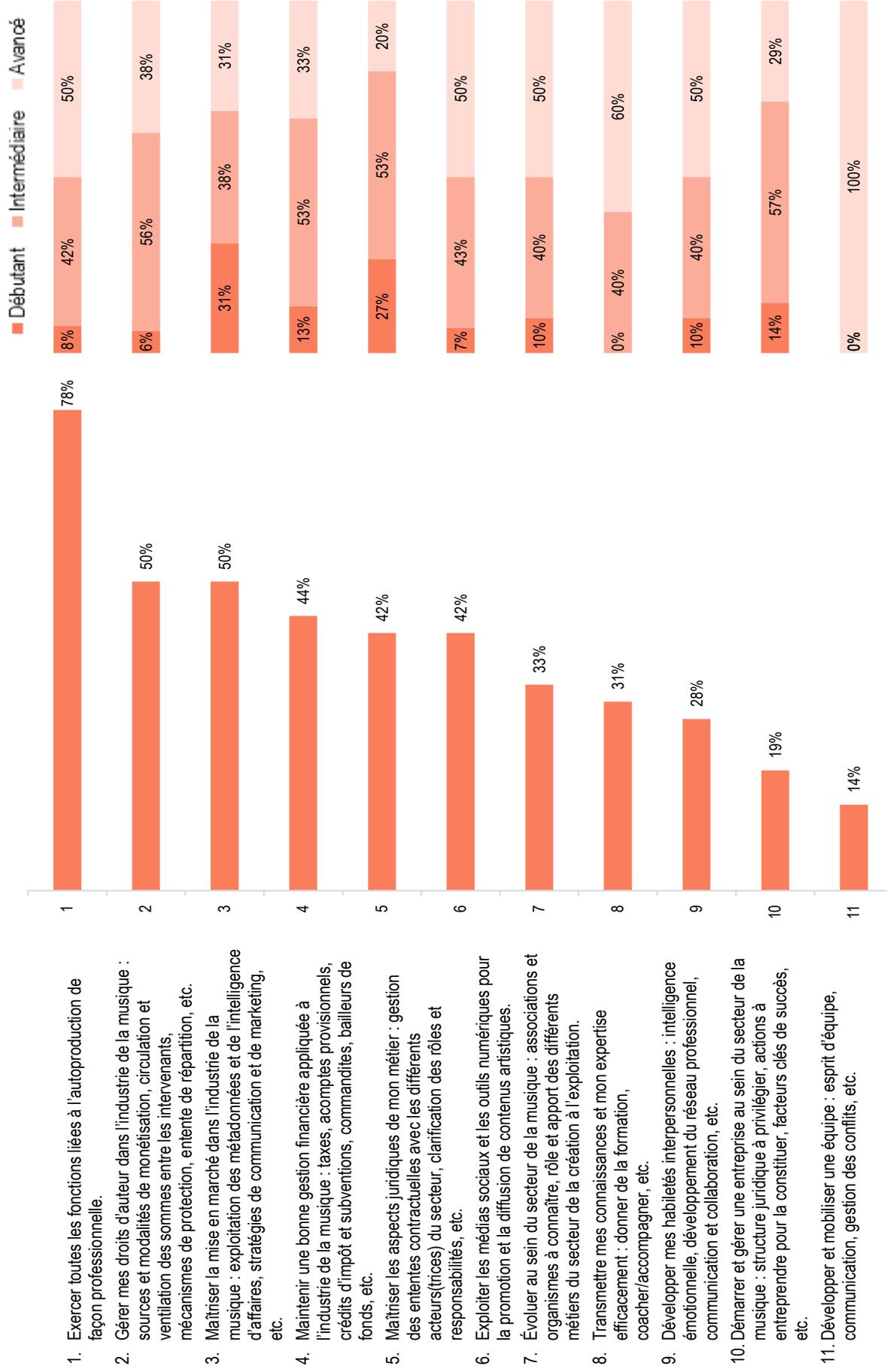


Figure 8. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les autoproducteurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 9 présente les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les autoproducteurs(trices). Deux compétences se distinguent particulièrement des autres, 45 % des autoproducteurs(trices) les ayant sélectionnées comme prioritaires.

45 %

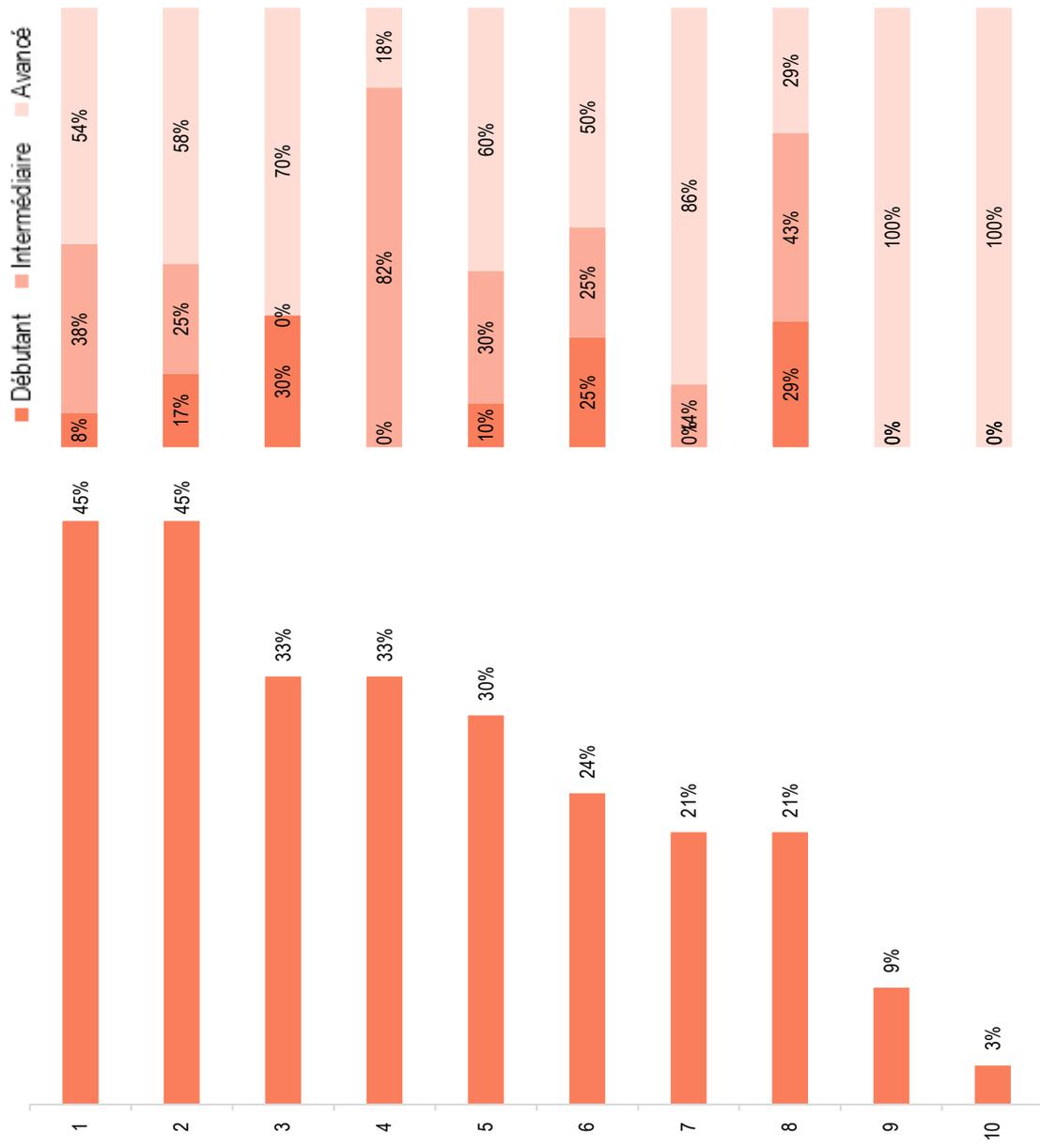
Développer ma carrière au sein de l'industrie de la musique : facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.

45 %

Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs de l'exploitation : compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.

Les répondant(e)s souhaitent développer ces compétences majoritairement à un niveau intermédiaire ou avancé.

D'ailleurs, en ce qui a trait aux besoins de formation spécifiques aux **autoproducteurs(trices)**, la majorité souhaite développer les compétences à un niveau avancé, dont 100 % des répondant(e)s souhaitent parfaire leur interprétation vocale ou connaître l'histoire et l'évolution de leur style musical et 86 % des répondant(e)s souhaitent perfectionner leur instrument, leur répertoire ou les techniques propres à leur style musical. Ainsi, lorsqu'il est question de perfectionnement au niveau vocal ou musical, les besoins de développement sont de niveau avancé. Pour l'item « Prendre soin de sa santé mentale : stratégies pour composer avec l'isolement, l'insécurité, l'abus, le harcèlement, etc. », la grande majorité des répondant(e)s (82 %) souhaite maîtriser la compétence à un niveau intermédiaire.



- Développer ma carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.
- Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs de l'exploitation : compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
- Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la création et le développement de la musique.
- Prendre soin de sa santé mentale : stratégies pour composer avec l'isolement, l'insécurité, l'abus, le harcèlement, etc.
- Explorer et intégrer de nouvelles méthodes de création : approches d'écriture différentes, cocréation, etc.
- Parfaire ma présence scénique
- Perfectionner mon instrument, le répertoire ou les techniques propres à mon style musical.
- Utiliser de bonnes pratiques pour éviter les blessures dans la pratique du métier : ergonomie, posture, conseils pour la santé physique, etc.
- Parfaire mon interprétation vocale
- Connaître l'histoire et l'évolution de mon style musical, incluant les fonds d'archives.

Figure 9. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les autoproducteurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les autoproducteurs(trices)

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Autoproduction et entrepreneuriat (7)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoproduction</li> <li>• Devenir entrepreneur en musique</li> <li>• Les essentiels de lancement de carrière</li> <li>• Soutien à la création et à la production</li> <li>• Vendre sa musique</li> <li>• Les réalités de l'entrepreneuriat et le quotidien des professionnel(le)s du secteur culturelle (tâches, allocation du temps, etc.)</li> <li>• Gérer la business vs le côté artistique</li> </ul> <p><b>Compréhension du secteur de la musique et des arts (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'industrie de la musique pour les nuls</li> <li>• Comprendre l'industrie des arts au Québec</li> <li>• Les différents marchés Musique business</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Comptabilité</i></li> <li>• <i>Structurer sa créativité</i></li> <li>• <i>La musique de film</i></li> <li>• <i>Gestion de soi et d'équipes</i></li> <li>• <i>Gestion de médias sociaux pour les artistes</i></li> <li>• <i>Orchestration numérique</i></li> <li>• <i>Perfectionnement en enregistrement sonore de studio</i></li> <li>• <i>Autoproduction télévisuelle</i></li> </ul>	<p><b>Autoproduction dans l'industrie de la musique (6)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion de sa carrière artistique</li> <li>• Demandes de bourses</li> <li>• Entrepreneuriat</li> </ul> <p><b>Promotion de la musique (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une stratégie sur les réseaux sociaux</li> <li>• Augmenter sa visibilité sur les plateformes de musique en ligne</li> <li>• Faire du marketing en ligne</li> </ul> <p><b>Sonorisation, mixage et mastering (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les bases</li> <li>• Logiciels informatiques (ex. : Ableton)</li> </ul> <p><b>Relations et fonctionnement avec les diffuseurs (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations interpersonnelles</li> <li>• Contrats</li> <li>• Envoi de maquettes</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Être à la télévision avec sa propre chaîne</i></li> <li>• <i>Classe de maître en chant rock</i></li> <li>• <i>Mentorat pour artistes</i></li> <li>• <i>Comment bien paraître sur scène/sur caméra lorsqu'on chante</i></li> </ul>	<p><b>Marketing (7)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Image de marque</li> <li>• Aide au marketing</li> <li>• Mise en marché et publicité</li> <li>• L'art de se vendre</li> <li>• Médias sociaux</li> <li>• Vente</li> </ul> <p><b>Relation avec les agents et négociation (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renégocier des ententes qui arrivent à terme (pièges à éviter, tactiques de renégociations)</li> <li>• Maintenir des relations cordiales avec des concurrents en appels d'offres lors de renégociations</li> <li>• Comment attirer un agent</li> </ul> <p><b>Finances et financement (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finances et investissements</li> <li>• Faire des demandes de subvention</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Soutien à la production</i></li> <li>• <i>Plateformes de musique en ligne</i></li> <li>• <i>Définir des objectifs et les moyens pour les atteindre</i></li> <li>• <i>Comprendre le fonctionnement du secteur de la musique</i></li> <li>• <i>Développement de compétences en sonorisation, micro, console, etc.</i></li> <li>• <i>Utilisation d'une steadycam</i></li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.1.2 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX AUTEUR(E)S COMPOSITEURS(TRICES)

Un total de 94 répondant(e)s se sont déclaré(e)s **auteur(e)s compositeurs(trices)**, soit 12 % de l'ensemble des répondants au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 10 présente, dans un premier temps, les compétences transversales sélectionnées par les auteur(e)s compositeurs(trices) qu'ils (elles) jugent gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les quatre compétences prioritaires soulevées par les répondants **auteur(e)s compositeurs(trices)** sont les suivantes.

63 %

Gérer mes droits d'auteur dans l'industrie de la musique: sources et modalités de monétisation, circulation et ventilation des sommes entre les intervenants, mécanismes de protection, entente de répartition, etc.

59 %

Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle

50 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

50 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique: exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

La gestion des droits d'auteur, premier besoin de formation pour les auteur(e)s compositeurs(trices), se retrouve plutôt au 5e rang pour la grande catégorie **artistes, créateurs(trices) et interprètes**. De manière générale, les autres besoins de formation prioritaires des auteur(e)s compositeurs(trices) sont semblables à ceux des artistes, créateurs(trices) et interprètes.

La majorité des répondant(e)s souhaitent développer les compétences à un niveau de maîtrise intermédiaire, excepté pour la compétence « Démarrer et gérer une entreprise au sein du secteur de la musique : structure juridique à privilégier, actions à entreprendre pour la constituer, facteurs clés de succès, etc. » : la majorité des répondant(e)s (47 %) souhaite la développer à un niveau débutant.



Figure 10. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les auteurs(e)s compositeurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 11 présente, pour sa part, les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les auteur(e)s compositeurs(trices). Parmi les compétences spécifiques, celles qui ont été sélectionnées comme prioritaires par le plus grand nombre d'auteur(e)s compositeurs(trices) sont les suivantes.

54 %

Développer ma carrière au sein de l'industrie de la musique: facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.

46 %

Explorer et intégrer de nouvelles méthodes de création: approches d'écriture différentes, cocréation, etc.

36 %

Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs de l'exploitation: compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.

35 %

Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la création et le développement de la musique

Les auteur(e)s compositeurs(trices) souhaitent majoritairement développer leurs compétences à un niveau intermédiaire, excepté en ce qui a trait à la compétence « Parfaire mon interprétation vocale », que la majorité des répondant(e)s souhaite développer à un niveau de maîtrise avancé.

Les résultats des auteur(e)s compositeurs(trices) diffèrent de ceux de la plus grande catégorie des artistes, créateurs(trices) et interprètes. En effet, bien que la première compétence à développer soit « Développer ma carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs(trices) et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc. » soit la même pour les deux groupes, la deuxième compétence pour les auteurs(e)s compositeurs(trices) se retrouve au 6<sup>e</sup> rang pour la grande catégorie, la 3<sup>e</sup> au 5<sup>e</sup> rang et la 4<sup>e</sup> au 9<sup>e</sup> rang.

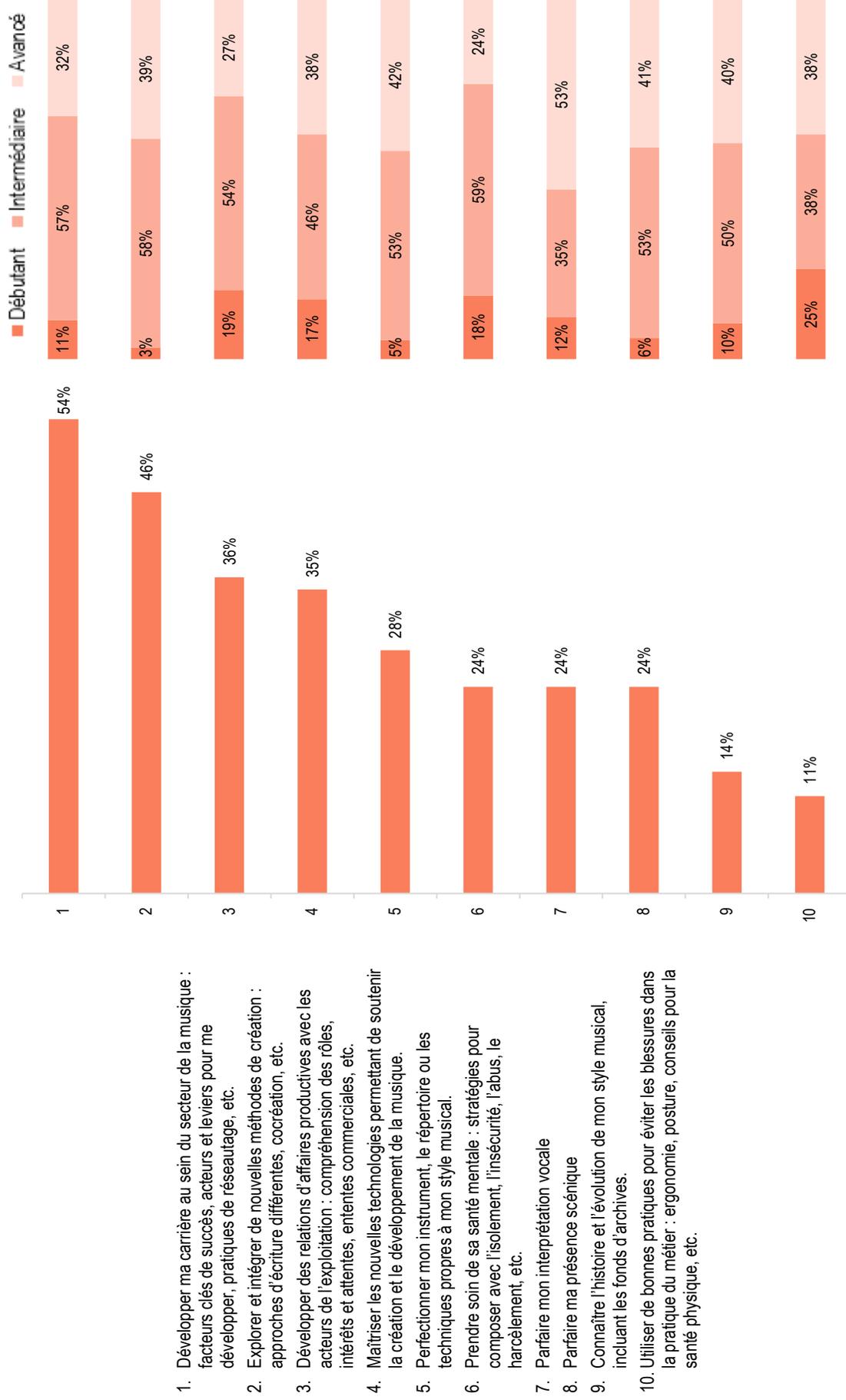


Figure 11. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les auteur(e)s compositeurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité pour les compétences spécifiques, selon les auteur(e)s compositeurs(trices)

<p><b>Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?</b></p>	<p><b>Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?</b></p>	<p><b>Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).</b></p>
<p><b>Compréhension du secteur musicale, des rôles et du métier d'auteur(e)-compositeur(trice) (10)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre l'industrie musicale et les différentes options disponibles</li> <li>• Comprendre qui fait quoi dans l'industrie de la musique au Québec</li> <li>• Comprendre comment fonctionne l'écosystème de la musique pop (créateurs(trices), producteurs(trices), agent(e)s, éditeurs(trices), interprètes, diffuseurs, modes de financement, de subventions, etc.)</li> <li>• Connaître comment intégrer le milieu artistique pour faire sa place et se sentir accepté</li> <li>• Connaître le rôle de tous les intervenant(e)s (SOCAN, SPACQ, éditeurs(trices), etc.)</li> <li>• Comprendre le véritable rôle de l'éditeur(trice) et du placeur(euse) de chansons</li> <li>• Le rôle réel d'un(e) auteur(e)-compositeur(trice)-interprète-entrepreneur(e)</li> <li>• Le rapport, l'approche, la collaboration entre les paroliers(ères)/compositeurs(trices) et les interprètes</li> <li>• Devenir musicien(ne) professionnel(le) : enjeux actuels, connaissance des rôles de chacun(e) et techniques d'autoproduction</li> </ul>	<p><b>Perfectionnement musical, d'interprétation et de composition (7)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioration des compositions</li> <li>• Chant</li> <li>• Cours de piano intenses</li> <li>• Interprétation en théâtre musical avec artistes invité(e)s de Broadway</li> <li>• Perfectionnement avec des exercices pratiques supervisés par un(e) spécialiste</li> <li>• Cours de perfectionnement en musique de film</li> <li>• Présence scénique</li> </ul> <p><b>Développement de carrière (6)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment faire face à la réalité du métier au moment où on se sent moins pertinent(e) ou moins en demande</li> <li>• Rencontrer des gens qui savent comment placer des chansons et les soumettre aux bonnes personnes</li> <li>• Création de son portfolio professionnel</li> <li>• Développer sa carrière : le passage d'artiste en voie de professionnalisation à artiste professionnel(le)</li> <li>• Prendre sa carrière en main ou gagner sa vie en musique à l'extérieur de Montréal</li> </ul> <p><b>Réseautage et relations professionnelles (6)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre à réseauter pour la collaboration et la distribution</li> <li>• <i>Autobooking, booking, réseautage, Roseq et Rideau</i></li> <li>• Comment rayonner en dehors de la scène pour mieux briller sur scène</li> <li>• Comment développer son réseau de contacts</li> <li>• Comment se faire connaître et interagir avec les gérant(e)s/artistes</li> <li>• Savoir s'entourer pour mieux créer</li> </ul>	<p><b>Développement de carrière et mise en marché (6)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en marché</li> <li>• Développement de carrière</li> <li>• Comment « <i>booker</i> » des spectacles payants</li> <li>• Réussir à percer à l'extérieur de sa région</li> <li>• Conseils pour se faire un plan de développement de carrière</li> <li>• Savoir où son style musical peut fonctionner (étude de marché)</li> </ul> <p><b>Comprendre la réalité « cachée » du secteur et revendiquer ses droits d'auteur (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre à faire les bons choix dans l'industrie et à revendiquer ses droits</li> <li>• Perceptions et répartitions des droits d'auteur</li> <li>• Compréhension du rôle de perception des redevances</li> <li>• Les droits d'auteur du <i>streaming</i></li> </ul> <p><b>Finances et financement (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de subventions</li> <li>• Demandes de subventions particulières (ex. : plus de 35 ans)</li> <li>• Stratégies et financement de projets <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comment mieux gérer ses finances, impôts et taxes</li> <li>- Diversification des revenus pour les auteur(es)-compositeurs(trices)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Autoproduction (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoproduction de A à Z (composition, réalisation des partitions, enregistrement, rajout d'instruments virtuels, mixage, <i>mastering</i>, etc.)</li> <li>• Réalisation d'album</li> <li>• Apprendre à faire un studio à la maison (insonorisation, micro, ordinateur, logiciels, coûts, achat du matériel, embauche d'entrepreneur(e)s, etc.)</li> </ul>

<p>Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?</p>	<p>Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?</p>	<p>Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).</p>
<p><b>Faire face aux défis d'une carrière en musique (6)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir par où commencer dans une carrière en musique</li> <li>• Le guide de survie du (de la) musicien(ne) : comment surmonter les nombreuses difficultés pour arriver à bien vivre au lieu de survivre</li> <li>• Comment garder le cap dans un métier où l'avenir et l'argent sont incertains</li> <li>• Apprendre comment transformer toute audition en expérience positive</li> <li>• Apprendre comment faire sa petite affaire sans s'en faire</li> <li>• Apprendre à être un(e) artiste malgré les refus et embûches</li> </ul> <p><b>Financement et finances (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment rédiger une demande de bourse</li> <li>• Gestion des impôts pour artiste travailleur(euse) autonome</li> <li>• Notions fiscales pour les travailleurs(euses) en milieu culturel</li> <li>• Comment rentabiliser le métier de chanteur(euse)</li> <li>• Comment vivre bien en faisant ce métier</li> </ul> <p><b>Techniques d'écriture (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'écriture de chansons</li> <li>• <i>Hook</i> ou vers d'oreille</li> <li>• Création libre</li> <li>• Composition de chansons</li> </ul> <p><b>Techniques musicales (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques de chant</li> <li>• Cours de chant</li> <li>• Piano</li> <li>• Classe de maître</li> </ul>	<p><b>Technologies (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ableton Live et Logic Pro X</li> <li>• Logiciels servant la création artistique</li> <li>• Mixage musicale</li> <li>• Création de sites Internet</li> <li>• <i>Mixing</i></li> </ul> <p><b>Production, autoproduction et promotion (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques d'autoproduction (connaissance des médias sociaux, méthodes de financement, bâtir une équipe, etc.)</li> <li>• Monter et utiliser un studio maison</li> <li>• Connaître les différents choix possibles en tant qu'auteur(e)-compositeur(trice)-interprète et autoproduteur(trice) (droits d'auteur, méthode de diffusion disponible, ressources clés, etc.)</li> <li>• Réalisation studio à l'époque de l'hyperproduction</li> <li>• Les possibilités de diffusion en chanson</li> </ul> <p><b>Gestion de la discipline personnelle, du temps et du stress (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques d'autodiscipline générale</li> <li>• Gérer l'anxiété de performance</li> <li>• Apprendre à ne pas s'essouffler dans tous les rôles à jouer comme auteur(e)-compositeur(trice)</li> <li>• Apprendre à rester sain dans le métier</li> </ul> <p><b>Finances et financement (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide financière aux créateurs(trices)</li> <li>• Financement de la culture</li> <li>• Gestion des impôts pour artistes comme travailleurs(euses) autonomes</li> </ul>	<p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Apprendre à identifier et à développer son style et son identité musicale (explorer son style, se démarquer, connaître ses forces et faiblesses)</i></li> <li>• <i>Coaching scénique individuel</i></li> <li>• <i>Peaufiner la maîtrise de son instrument</i></li> <li>• <i>Apprendre à bien s'entourer et se bâtir une équipe complète et pertinente</i></li> <li>• <i>Apprendre à développer une vision long terme et des objectifs clairs</i></li> <li>• <i>Composition de musique à l'image</i></li> </ul>

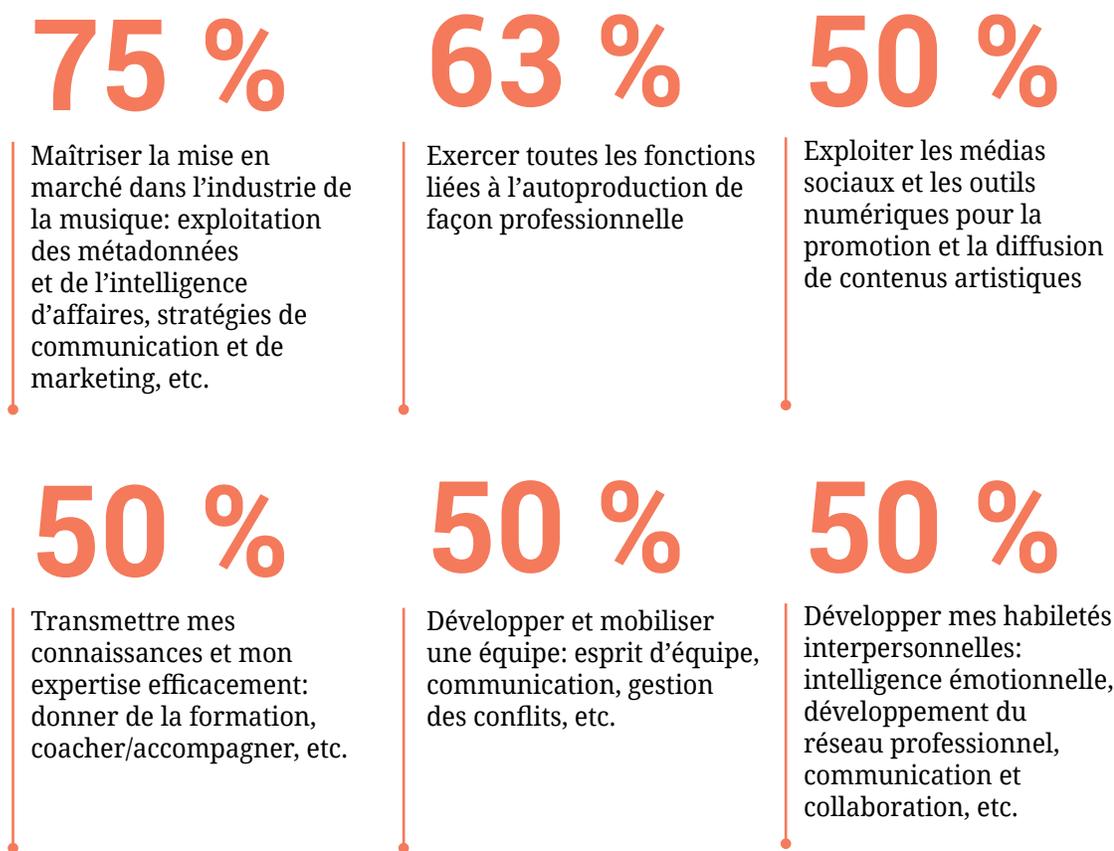
Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Identité professionnelle et réseaux de contacts (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trouver l'équilibre entre l'auteur(e), le/la compositeur(trice), l'interprète et le/la producteur(trice)</li> <li>• Comment se faire des contacts professionnels</li> <li>• Apprendre à connaître « qui on est sur scène »</li> <li>• Réfléchir à ce à quoi ressemblerait son spectacle</li> </ul> <p><b>Maîtrise des technologies (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorer les possibilités des banques sonores reconnues dans l'industrie, comme Logic Pro et Kontakt</li> <li>• Introduction à Max Ms-p</li> <li>• Compréhension des technologies</li> <li>• Orchestration virtuelle</li> </ul> <p><b>Mise en marché et promotion (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment trouver le bon public cible</li> <li>• Connaissance du marché et des intervenants pour pouvoir offrir des compositions textes/musiques à des interprètes et des maisons de production</li> <li>• Mise en marché et promotion</li> <li>• Comment se faire connaître et interagir avec les gérant(e)s/artistes</li> </ul> <p><b>Autoproduction (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoproduction : scène, juridique, réseautage, ressources en commercialisation et distribution</li> <li>• Production d'un spectacle maison (amateur vs professionnel)</li> <li>• Monter et utiliser un studio maison</li> </ul>	<p><b>Aspects juridiques (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droits et protection des compositions diffusées sur le Web</li> <li>• Écriture juridique et contractuelle pour les artistes (apprendre à négocier et à écrire des clauses valables)</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voix animation/explore textures et personnages</i></li> <li>• <i>Vivre uniquement de musique et s'épanouir comme humain</i></li> </ul>	

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

### 5.1.3 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX DIRECTEURS(TRICES) ARTISTIQUES ET RÉALISATEURS(TRICES)

Un total de onze répondants se sont déclarés **directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices)**, soit 1 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 12 présente les compétences transversales sélectionnées par les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices) comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Il est à noter que pour les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices), les deux premières compétences à développer se sont démarquées des suivantes, avec respectivement 75 % et 63 % des participant(e)s les ayant sélectionnées vs 50 % pour les quatre compétences suivantes.



La majorité des compétences jugées prioritaires à développer par les participant(e)s le sont à un niveau de maîtrise intermédiaire, excepté la compétence « Développer et mobiliser une équipe : esprit d'équipe, communication, gestion des conflits, etc. » : les participant(e)s souhaitent la développer également aux niveaux débutant, intermédiaire et avancé (33 % pour chacun des niveaux de maîtrise).

En comparaison avec l'ensemble des répondants **artistes, créateurs(trices), interprètes, technicien(ne)s**, les 4<sup>e</sup>, 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> compétences les plus prioritaires pour les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices) se retrouvent au bas de la liste de priorités.



Figure 12. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

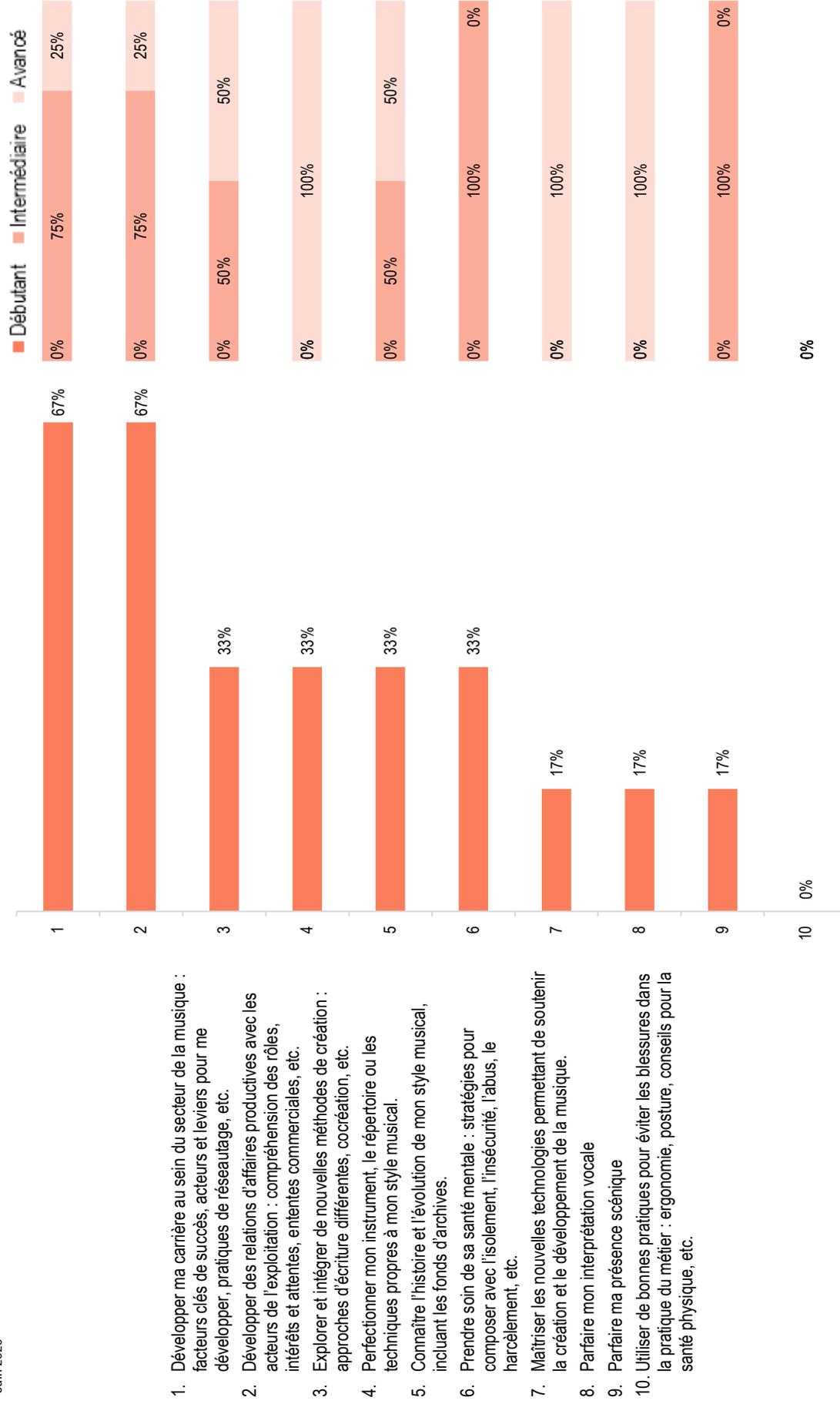


Figure 13. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les directeurs(trices) artistiques et réalisateurs(trices)

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion de groupe</li> <li>• Création en théâtre musical</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion du temps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfectionnement en théâtre musical (différent de l'interprétation chantée) par un(e) expert(e) du milieu</li> <li>• Création musicale</li> <li>• Réseautage de créateurs(trices)</li> <li>• Histoire et répertoire en théâtre musical</li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.1.4 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX INTERPRÈTES (CHANTEUR[EUSE]S, MUSICIEN[NE]S, INSTRUMENTISTES)

Un total de 431 répondants se sont déclarés **interprètes**, soit 56 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 14 présente les compétences transversales sélectionnées par les interprètes comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les trois compétences qui ont été priorisées par le plus grand nombre d'interprètes sont les suivantes.



Pour chacune de ces compétences, les interprètes souhaitent les développer majoritairement à un niveau de maîtrise intermédiaire.

Les résultats des interprètes sont très similaires à ceux du groupe plus large Artistes, créateurs(trices) et interprètes, les trois compétences priorisées étant les mêmes. Comme le groupe représenté par les interprètes compte beaucoup de participant(e)s, cela peut en partie expliquer cette cohérence des résultats.



Figure 14. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les Interprètes (chanteur[se]s, musicien[ne]s, instrumentistes) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 15 présente les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les interprètes (chanteur[euse]s, musicien[ne]s, instrumentistes). Les trois compétences identifiées comme prioritaires par le plus grand nombre d'interprètes sont les suivantes.



Les compétences priorisées sont les mêmes que celles pour la grande catégorie des artistes, créateurs(trices), interprètes et technicien(ne)s.

Les interprètes souhaitent majoritairement maîtriser les compétences à un niveau intermédiaire, excepté pour la compétence « Perfectionner mon instrument, le répertoire ou les techniques propres à mon style musical », qu'ils et elles souhaitent majoritairement maîtriser à un niveau avancé.



1. Développer ma carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.
2. Perfectionner mon instrument, le répertoire ou les techniques propres à mon style musical.
3. Prendre soin de sa santé mentale : stratégies pour composer avec l'isolement, l'insécurité, l'abus, le harcèlement, etc.
4. Parfaire ma présence scénique
5. Parfaire mon interprétation vocale
6. Utiliser de bonnes pratiques pour éviter les blessures dans la pratique du métier : ergonomie, posture, conseils pour la santé physique, etc.
7. Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs de l'exploitation : compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
8. Explorer et intégrer de nouvelles méthodes de création : approches d'écriture différentes, cocréation, etc.
9. Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la création et le développement de la musique.
10. Connaître l'histoire et l'évolution de mon style musical, incluant les fonds d'archives.

Figure 15. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les interprètes (chanteur[se]s, musicien[ne]s, instrumentistes) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les interprètes (chanteur[se]s, musicien[ne]s, instrumentistes)

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Perfectionnement de la voix et/ou de l'instrument (28)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le solfège et lecture à vue (6)</li> <li>• Formation Estill Voice Training (5)</li> <li>• Techniques vocales (4)</li> <li>• Cours d'harmonie en musique</li> <li>• Introduction 101 à la musique</li> <li>• Harmonica</li> <li>• Guitare d'accompagnement pour chansons traditionnelles</li> <li>• Les classes de maître en chant classique</li> <li>• Le conte et la musique</li> <li>• Harmonie musicale et progression d'accord jazz</li> <li>• Speech level singing et technique De belting</li> <li>• Drum clinics</li> <li>• Méthode d'apprentissage de la musique</li> <li>• Formation comme musicien d'orchestre</li> <li>• Guitare jazz avancée</li> <li>• Improvisation vocale</li> </ul> <p><b>Finances et financement (19)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion des aspects financiers/budget de travailleur(euse) autonome/musicien(ne) (7)</li> <li>• Fiscalité (6)</li> <li>• Comment écrire les demandes de bourses et subventions (5)</li> <li>• Impôts pour travailleur(euse) autonome</li> </ul>	<p><b>Perfectionnement vocal/de l'instrument (19)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chant (3)</li> <li>• Cours de perfectionnement vocal et techniques vocales (3)</li> <li>• Improvisation vocale</li> <li>• Estill Voice Training</li> <li>• Perfectionner la capacité de mixer les styles vocaux</li> <li>• Comment être un(e) bon(ne) choriste/chanteur(euse)</li> <li>• Exploration vocale</li> <li>• Harmonisation à quatre voix</li> <li>• Piano</li> <li>• Harmonie jazz</li> <li>• Drum Clinics</li> <li>• Harmonisation et accords</li> <li>• Formation continue musicale</li> <li>• Harmonica traditionnel</li> <li>• Guitare jazz avancée/composition jazz</li> </ul>	<p><b>Finances et financement (10)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestions des finances</li> <li>• Planification financière aux étapes de la vie et à la retraite</li> <li>• Planification budgétaire</li> <li>• Recherche de financement</li> <li>• Développer un métier ou des pratiques complémentaires pour équilibrer le budget</li> <li>• Écrire les demandes de subventions/bourses</li> <li>• Connaître les rudiments fiscaux du statut de travailleur autonome</li> <li>• Savoir comment bénéficier des programmes en place qui valorisent la création ou les projets artistiques</li> <li>• Comment monétiser sa musique</li> <li>• Enregistrer une maquette à la maison, pour solliciter une bourse (ex. : Musicaction)</li> </ul> <p><b>Relations dans l'industrie (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer de bonnes relations de travail avec un(e) agent(e)/gérant(e) d'artiste</li> <li>• Trouver un(e) agent(e) d'artiste honnête et compétent(e)</li> <li>• Réseautage (au Québec et à l'étranger)</li> <li>• L'art de la négociation</li> <li>• Apprendre à trouver un commanditaire (ex. : instruments de musique)</li> </ul>

<p><b>Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?</b></p>	<p><b>Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?</b></p>	<p><b>Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).</b></p>
<p><b>Connaissance du milieu de la musique, des rôles et des droits (18)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réalité du marché de la musique classique (2)</li> <li>• Connaissance du secteur de la musique (3)</li> <li>• Syndicalisme 101 : solidarité des musiciens pour faire valoir leur valeur et leurs droits (2)</li> <li>• Connaissance des instances, des associations et des organismes pertinents (2)</li> <li>• Comment négocier les réalités du marché dans le domaine de la musique</li> <li>• Connaître les rouages du secteur musicale</li> <li>• Connaître la réalité du métier d'artiste lyrique</li> <li>• Droits d'auteur dans un âge numérique</li> <li>• Éthique dans la gestion des contrats</li> <li>• Collaboration dans toutes les sphères et styles musicaux du milieu</li> <li>• Comment faire affaire avec un(e) agent(e) ou une agence</li> <li>• Relation avec des producteurs</li> <li>• Trouver un bon impresario</li> </ul>	<p><b>Gestion de carrière (17)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion de carrière (3)</li> <li>• Gestion de la carrière de l'interprète après 50 ans (3)</li> <li>• Préparation à la carrière dans le domaine de la musique après les études (3)</li> <li>• Le domaine musical comme deuxième carrière (réorientation) (3)</li> <li>• Développer la polyvalence/l'interdisciplinarité dans le métier (2)</li> <li>• Préparation à l'enseignement de la musique</li> <li>• Choriste pigiste : comment trouver du travail, qui approcher, options dans le monde des choristes/interprètes</li> <li>• Faire le pont entre une carrière nationale et internationale</li> </ul> <p><b>Logiciels et enregistrement sonore (15)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logiciels de création et d'enregistrement (6)</li> <li>• Techniques de son et mixage (2)</li> <li>• Technique de micro live pour avoir un son optimal : position, posture, angle...</li> <li>• Comment filmer et enregistrer des performances de concert de façon optimale et indépendante avec un budget modeste</li> <li>• Monter un cours Web en vidéo sur une plateforme</li> <li>• Connaître des plateformes québécoises</li> <li>• Créer son propre studio d'enregistrement à la maison</li> <li>• Technique de sonorisation et d'amplification pour chanteur</li> <li>• Enregistrement, prise de son et création de maquettes</li> </ul>	<p><b>Auditions et casting (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre comment bien cibler et préparer des auditions</li> <li>• Comment se préparer pour les auditions</li> <li>• Réussir les auditions</li> <li>• Savoir les étapes pour se mettre sur la plateforme des agent(e)s ou des agences de casting.</li> <li>• Conseils pour une photo de casting, une démo efficace (jeu, chant, etc.), et un bon CV.</li> </ul> <p><b>Promotion et développement de carrière (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre comment se réinsérer dans le milieu après un parcours atypique</li> <li>• Apprendre comment se faire embaucher dans le milieu corporatif</li> <li>• Savoir les opportunités d'emploi pour les chanteur(euse)s et comment se trouver du travail comme pigiste dans le milieu musical</li> <li>• Apprendre comment développer sa carrière en tant qu'artiste indépendant dans l'industrie de la musique</li> <li>• Marketing</li> </ul> <p><b>Expression et linguistique (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment s'exprimer devant son public</li> <li>• Maîtrises linguistiques</li> <li>• Pratique des langues opératiques (allemand et italien en particulier)</li> <li>• Cours de diction pour chanteur lyrique</li> </ul> <p><b>Autoproduction (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre à diffuser ses concerts au Canada et à l'étranger</li> <li>• Arrangement et direction musicale</li> <li>• Production de spectacles</li> <li>• Mise en scène d'un spectacle musical</li> </ul>
<p><b>Gestion du stress et de la santé (physique et mentale) (17)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion du stress (2)</li> <li>• Gestion du stress lié à la performance (4)</li> <li>• Prévention et gestion des blessures (5)</li> <li>• Avoir accès à des psychologues ou des coachs (3)</li> <li>• La santé du musicien</li> <li>• Santé mentale pour l'artiste</li> <li>• La technique Alexander (posture)</li> </ul>		

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Gestion de carrière (12)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion de carrière (9) Gestion des contrats</li> <li>• Connaître les options après sa carrière musicale</li> <li>• Connaître les différents champs d'activité pour pouvoir se diversifier</li> </ul> <p><b>Marketing, promotion et mise en marché (11)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing (4)</li> <li>• Mise en marché (2)</li> <li>• Comment se faire connaître</li> <li>• Ventes</li> <li>• Apprendre à s'autopromouvoir (à qui parler, quoi faire, comment développer/gérer ses médias sociaux, etc.)</li> <li>• Apprendre comment se vendre aux diffuseurs internationaux – Connaître des agences</li> <li>• Le lancement d'album, communiqué de presse, approche des radios</li> </ul> <p><b>Réseautage et relations interpersonnelles (12)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseautage (7)</li> <li>• Stratégies pour intervenir dans l'abus et dans le harcèlement</li> <li>• Construire une bonne réputation d'artiste au Québec</li> <li>• Comment interagir avec ses collègues et les gérant(e)s d'orchestre en cas de conflit</li> <li>• L'art de se faire connaître</li> </ul>	<p><b>Finances et financement (14)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédaction efficace de demandes de subventions (3)</li> <li>• Gestion financière (3)</li> <li>• Fiscalité du (de la) musicien(ne) travailleur(euse) autonome (2)</li> <li>• Connaître les programmes qui valorisent les projets artistiques</li> <li>• Impôts pour travailleur(euse)s autonomes</li> <li>• Réalité financière : taxes, crédit d'impôt, rapport d'impôts pour OBNL, etc.</li> <li>• Gestion des aspects financiers, déductions d'impôts (les nouveautés à chaque année)</li> <li>• Comptabilité chez les artistes et chez les OBNL culturels</li> <li>• Trouver du financement efficacement</li> </ul> <p><b>Interprétation, mise en scène, jeu de scène (13)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interprétation théâtrale (5)</li> <li>• Développement de la présence scénique (5)</li> <li>• Danse (ex. : à l'opéra et en comédie musicale) (2)</li> <li>• Mise en scène</li> <li>• Parfaire son interprétation vocale</li> </ul>	<p><b>Travail technique (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le travail technique en studio et sur scène (éclairage, micro et accompagnement préenregistré)</li> <li>• Savoir comment se déroule une session de studio</li> <li>• Prise de son de base, apprentissage de logic et/ou pro tools pour débutants</li> <li>• Technique de voice over</li> </ul> <p><b>Site Web (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Production de site Web en fonction des différents produits musicaux (éducation ou diffusion)</li> <li>• Créer son site Web</li> <li>• Créer du contenu Web/vidéo</li> </ul> <p><b>Coachs et mentors (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ateliers de création et d'exploration collectives (écriture, composition, instruments de musique, voix, promotion/diffusion)</li> <li>• Ateliers de mentorat (accompagnement professionnel d'un(e) artiste d'expérience auprès d'un artiste émergeant pour la poursuite et la réalisation d'un projet)</li> <li>• Avoir accès à un(e) coach spécialisé(e) pour le maintien de la santé physique d'un(e) musicien(ne) professionnel(le)</li> <li>• Avoir accès à un mentor au niveau du conte pour enfants et d'artistes en pédagogie musicale</li> </ul>

<p>Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?</p>	<p>Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?</p>	<p>Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).</p>
<p><b>Gestion et rôles du travailleur autonome/ entrepreneuriat (7)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion comme travailleur autonome (ex. : Web, réseautage, auditions, assurances, REER, etc.) (3)</li> <li>• Travailleur autonome</li> <li>• Entrepreneuriat et leadership en musique (2)</li> <li>• Fonctionnement d'une entreprise de culture</li> </ul> <p><b>Interprétation (11)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement de la présence scénique et de techniques de scène (5)</li> <li>• Interprétation théâtrale (3)</li> <li>• Coaching d'opéra et jeu scénique</li> <li>• Parfaire son interprétation vocale</li> <li>• Prestance et charisme devant une foule</li> </ul> <p><b>Identité professionnelle et parcours académique (8)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir ses qualités d'artiste et les qualités de sa voix afin de trouver le style musical dans lequel s'épanouir</li> <li>• Les manières d'exploiter sa compétence d'interprète dans les différents domaines artistiques</li> <li>• Mentorat adapté à un parcours atypique</li> <li>• Oser être soi</li> <li>• Comment s'outiller pour atteindre le succès et l'harmonie au cours d'une carrière lyrique</li> <li>• Quoi faire en sortant des études supérieures</li> <li>• Métier du musicien</li> </ul> <p><b>Booking et négociations (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Booking</i></li> <li>• Négocier pour soi-même</li> <li>• Comment vendre un concert de musique classique et recevoir sa juste part</li> </ul>	<p><b>Promotion, marketing et diffusion (11)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cours de développement d'artiste par les réseaux sociaux (3)</li> <li>• Cours d'autopromotion (2)</li> <li>• Attraction et gestion des médias (radio, télé, journaux, ou acteurs importants pour la diffusion et la promotion des projets artistiques) (2)</li> <li>• La diffusion des projets</li> <li>• Marketing dans l'industrie de la musique</li> <li>• Les nouvelles technologies et la promotion</li> <li>• Stratégies de développement de mise en marché international</li> </ul> <p><b>Réseautage et rôles/relations dans le milieu (10)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseautage (5)</li> <li>• Cours sur la relation avec les agent(e)s et leur rôle (4)</li> <li>• Établir la relation client</li> </ul> <p><b>Santé physique et psychologique (10)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologie pour les artistes (2)</li> <li>• Gestion du stress et de la performance (2)</li> <li>• Gestion de soi et bien-être</li> <li>• Garder une voix en santé</li> <li>• Confiance en soi</li> <li>• La nutrition et l'entraînement pour les musicien(ne)s</li> <li>• Prévention des blessures chez les musicien(ne)s</li> <li>• Des séances de yoga gratuites</li> </ul>	<p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conférences sur la réalité du marché, du métier, de son évolution sur scène</li> <li>• Apprendre sur le syndicalisme, la protection des droits et les recours collectifs</li> <li>• Cours de maquillage, coiffure et stylisme pour être autonome pour les concerts et la représentation professionnelle</li> <li>• Improvisation vocale</li> <li>• L'harmonie</li> <li>• Initiation à la comédie musicale</li> <li>• Animation de foule</li> <li>• Apprendre les différentes facettes de la musique traditionnelle</li> <li>• Promouvoir l'équité et la diversité de genre et de race dans l'industrie</li> <li>• Cours d'harmonisation, d'accords jazz, etc.</li> <li>• Interprétation de théâtre musical</li> <li>• Gestion du temps et des priorités</li> </ul>

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Autoproduction (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître les rouages de l'autoproduction (3)</li> <li>• Diffuser sa musique</li> </ul> <p><b>Technologies (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiation aux programmes d'ordinateur de création de musique</li> <li>• Logiciel de création musicale Pro Logic ou autres</li> <li>• La technologie dans la musique d'aujourd'hui</li> <li>• La place des DAW (Digital Audio Workstation)</li> </ul> <p><b>Préparation d'audition (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparation à une audition (2)</li> <li>• Comment préparer une audition dans le domaine lyrique</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cours style PNL (2)</li> <li>• Préparer le matériel nécessaire pour rencontrer un(e) agent(e) : <i>démo d'acteur, démo musicale, CV (faire les bons choix pour se mettre en valeur)</i></li> <li>• La gestion du son sur scène pour les musiciens</li> <li>• Performance multigenre professionnelle</li> <li>• Composition</li> <li>• Les principes de l'harmonie (<i>écrit par Conrad Letendre</i>)</li> <li>• Arrangement et direction musicale</li> <li>• Utilisation du corps artistique</li> </ul>	<p><b>Réalité du milieu, protection des droits et contrats (8)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les rouages et les enjeux du secteur (3)</li> <li>• Gestion des droits numériques</li> <li>• Gestion et la protection de ses créations musicales</li> <li>• Comment promouvoir l'équité de genre dans la musique</li> <li>• Gestion de contrats et de convention collective</li> <li>• L'âgeisme au sein de la communauté lyrique classique et comment y faire face</li> </ul> <p><b>Gestion et travail autonome(OBNL) (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion d'organisation (2)</li> <li>• Travail autonome 101</li> <li>• Développer un OBNL</li> <li>• Comment constituer un conseil d'administration pour un OBNL</li> </ul> <p><b>Auditions (5)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entraînement aux auditions et apprentissage de toutes les étapes (du courriel au contrat) (4)</li> <li>• Techniques d'audition en théâtre musical</li> </ul> <p><b>Autoproduction (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produire son CD et plateforme de diffusion de son projet</li> <li>• Mise en marché et autoproduction</li> </ul> <p><b>Composition et écriture (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technique d'écriture, de composition et de stylistique</li> <li>• Les bases de l'écriture</li> </ul>	

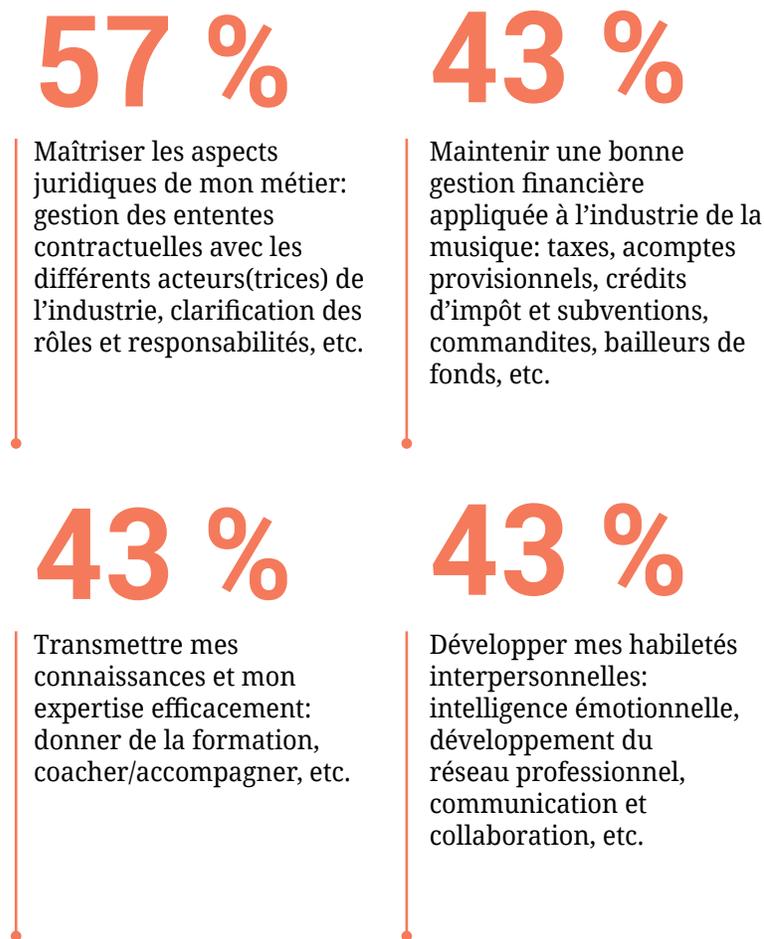
Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
	<p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Création et administration de sites Web</i></li> <li>• <i>L'éveil musical auprès des enfants</i></li> <li>• <i>Jumelage et mentorat artistique pour un projet de création musicale</i></li> <li>• <i>Adaptation du répertoire théâtral en théâtre musical</i></li> <li>• <i>Lancement d'album réussi</i></li> </ul>	

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.1.5 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX TECHNICIEN(NE)S (SON, ÉCLAIRAGE, DÉCORS, ETC.)

Un total de neuf répondant(e)s se sont déclaré(e)s **technicien(ne)s (son, éclairage, décors, etc.)**, soit 1 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 16 présente les compétences transversales sélectionnées par les technicien(ne)s comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les quatre compétences priorisées par le plus grand nombre de technicien(ne)s sont les suivantes.



Pour la majorité des compétences, les technicien(ne)s souhaitent un niveau de maîtrise avancé.

Comparativement au plus grand regroupement artistes, créateurs(trices), interprètes et technicien(ne)s, seule la compétence « Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique : taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc. » se retrouve également dans les compétences priorisées par les techniciens(ne)s.

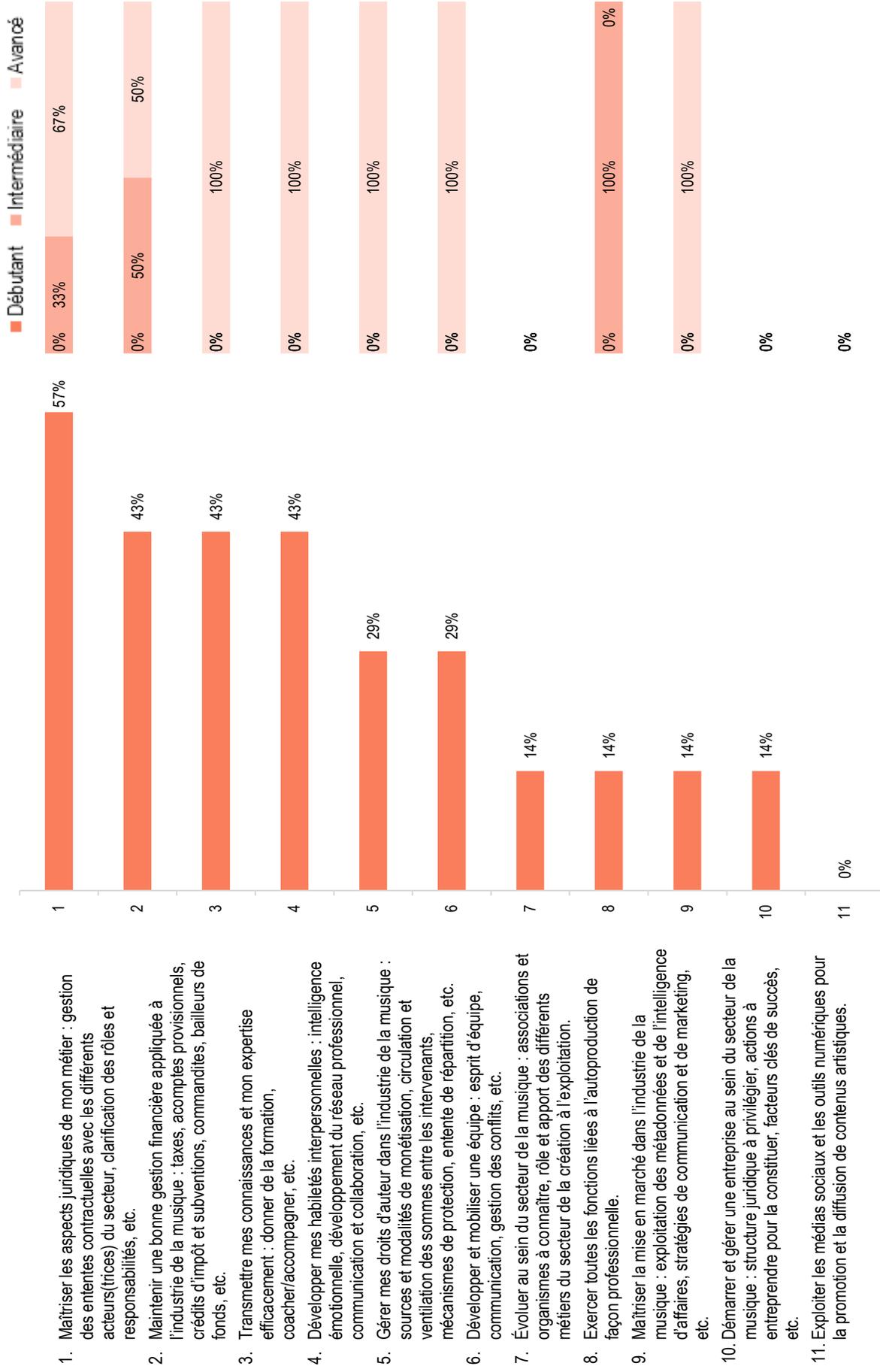


Figure 16. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les technicien(ne)s (son, éclairage, décors, etc.) et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nouvelles technologies</li><li>• Analyse de la musique à travers son histoire</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Travailleur(euse) autonome</li><li>• Batterie</li><li>• Analyse et mise en espace de la musique dans une salle de spectacle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impôts, taxes, loi fiscale</li><li>• Technologies</li></ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.2 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX TRAVAILLEUR(EUSE)S CULTUREL(LE)S

La réalisation des tables rondes et des groupes de discussion a également permis de relever dix compétences spécifiques aux travailleur(euse)s culturel(le)s. Les répondant(e)s au sondage de la catégorie travailleur(euse)s culturel(le)s ont conséquemment été interrogé(e)s sur les compétences plus spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier. Le Figure 17 (page suivante) permet de constater que les répondant(e)s évaluent de manière quasi identique les cinq compétences proposées, quoique le développement des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices) ressorte comme la plus importante (50 % des répondant(e)s l'ont sélectionnée).

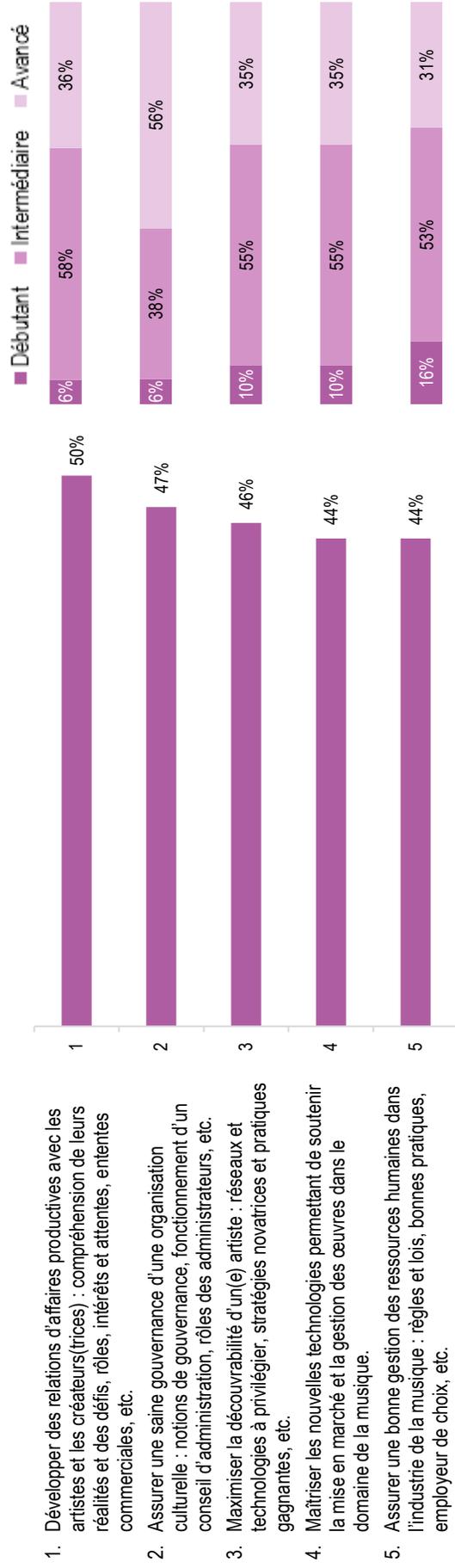


Figure 17. Compétences spécifiques aux travailleur(euses) culturel(le)s qui gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier et niveau de maîtrise souhaité

Pour chacune des compétences identifiées précédemment, les répondant(e)s travailleur(euse)s culturel(le)s ont également précisé quel était le niveau de maîtrise qu'ils (elles) souhaitent posséder (débutant, intermédiaire ou avancé). Les résultats sont présentés dans la portion de droite de la Figure 17. Ces résultats mettent en lumière que la majorité des participant(e)s souhaite posséder un niveau de maîtrise intermédiaire des compétences sélectionnées, exception faite de la compétence « Assurer une saine gouvernance d'une organisation culturelle », qui devrait davantage être de niveau avancé.

## 5.2.1 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX AGENT(E)S D'ARTISTES ET GÉRANT(E)S D'ARTISTES

Un total de 13 répondant(e)s se sont déclaré(e)s **agent(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes**, soit 2 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 17 présente les compétences transversales sélectionnées par les agent(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les deux compétences que les agent(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes priorisent en termes de développement sont les suivantes.

67 %

Gérer mes droits d'auteur dans l'industrie de la musique: sources et modalités de monétisation, circulation et ventilation des sommes entre les intervenants, mécanismes de protection, entente de répartition, etc.

67 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

Ces derniers(ères) souhaitent développer ces compétences en majorité à des niveaux de maîtrise intermédiaire ou avancé.

En comparaison avec la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s, l'exploitation des médias sociaux se retrouve au 2<sup>e</sup> rang également. Par contre, en ce qui a trait aux droits d'auteur, première compétence priorisée par les agent(e)s et les gérant(e)s d'artistes, elle se retrouve plutôt au 3<sup>e</sup> rang pour les travailleur(euse)s culturel(le)s.



Figure 18. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les agents(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 18 présente les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les agents(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes. La compétence spécifique identifiée comme prioritaire par la grande majorité de ceux-ci est « Maximiser la découvrabilité d'un(e) artiste : réseaux et technologies à privilégier, stratégies novatrices et pratiques gagnantes, etc. » avec 89 % de répondant(e)s.

Les compétences spécifiques priorisées aux 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> rangs relèvent du développement des relations d'affaires et de la maîtrise des nouvelles technologies.

89 %

Maximiser la découvrabilité d'un(e) artiste : réseaux et technologies à privilégier, stratégies novatrices et pratiques gagnantes, etc.

67 %

Développer des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices): compréhension de leurs réalités et des défis, rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.

67 %

Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la mise en marché et la gestion des oeuvres dans le domaine de la musique

Les agents(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes souhaitent développer les compétences spécifiques majoritairement à un niveau de maîtrise intermédiaire, excepté pour la compétence « Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la mise en marché et la gestion des oeuvres dans le domaine de la musique ». En effet, 50 % des répondant(e)s souhaitent développer la compétence à un niveau intermédiaire et 50 % à un niveau avancé.



Figure 19. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les agents(e)s d'artistes et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les agents(e)s d'artistes et gérant(e)s d'artistes

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Gestion de carrière (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestion de carrières artistiques</li> <li>Élaborer des stratégies et des plans de développement des carrières des artistes</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Web</li> <li>Gérer les problèmes de toxicomanie et maladie mentale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Droits de suite (ex. : édition musicale)</li> <li>Marketing Web et outil de base de données</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Former de nouveaux agent(e)s</li> <li>Créer une base de données adaptée</li> <li>Développer et entretenir son réseau; intéresser les distributeurs(trices) de spectacles, bookers, médias, etc.</li> <li>Fonctionnement des palmarès de l'ADISQ, des processus de différents prix et concours permettant à des artistes de se démarquer</li> <li>Stratégie de développement au Québec, au national (Canada) et à l'international</li> </ul>

## 5.2.2 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX AGENT(E)S DE SPECTACLES, DIFFUSEURS DE SPECTACLES ET ORGANISATEURS(TRICES) D'ÉVÉNEMENTS MUSICAUX

Un total de 20 répondant(e)s se sont déclaré(e)s **agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux**, soit 3 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 20 présente les compétences transversales sélectionnées comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les deux compétences que les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux identifient comme prioritaires pour leur développement sont les suivantes.

65 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

65 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique: exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

La majorité des répondant(e)s souhaite maîtriser ces compétences à un niveau intermédiaire.

Ces deux compétences prioritaires par les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux sont les mêmes que celles prioritaires par la plus grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.



Figure 20. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles, organisateurs(trices) d'événements musicaux et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 21 présente, pour sa part, les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux. Les deux compétences spécifiques priorisées sont les suivantes.

64 %

Assurer une saine gouvernance d'une organisation culturelle : notions de gouvernance, fonctionnement d'un conseil d'administration, rôles des administrateurs, etc.

64 %

Assurer une bonne gestion des ressources humaines dans l'industrie de la musique: règles et lois, bonnes pratiques, employeur de choix, etc.

La majorité des répondant(e)s souhaite développer toutes les compétences à un niveau de maîtrise avancé, excepté la compétence « Maximiser la découvrabilité d'un(e) artiste... » que les répondant(e)s souhaitent davantage développer à un niveau de maîtrise intermédiaire.



Figure 21. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les agent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices) d'événements musicaux

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Gestion dans le secteur culturel (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion financière</li> <li>• Gestion culturelle</li> <li>• Gestion de carrière</li> <li>• Gestion d'une organisation à but non lucratif</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Mise en marché dans l'industrie culturelle</i></li> <li>• <i>Portrait du secteur de la musique</i></li> <li>• <i>Planification stratégique</i></li> <li>• <i>Pouvoir de négociation</i></li> </ul>	<p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>La gouvernance dans les organismes culturels liés à la musique</i></li> <li>• <i>Financement privé</i></li> <li>• <i>Découvrabilité</i></li> <li>• <i>Marketing numérique</i></li> <li>• <i>Négociation</i></li> <li>• <i>Notions de droit en musique : libération des droits de reproduction et de diffusion</i></li> <li>• <i>Les ressources humaines</i></li> <li>• <i>La santé psychologique</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation en gestion artistique</li> <li>• Gestion de personnel</li> <li>• Habiletés de négociation</li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

### 5.2.3 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX ÉDITEURS(TRICES) MUSICAUX(CALES), PISTEUR(EUSE)S RADIO, PRODUCTEURS(TRICES) D'ENREGISTREMENTS SONORES ET RÉALISATEURS(TRICES) D'ENREGISTREMENTS SONORES

Un total de 14 répondant(e)s se sont identifié(e)s comme **éditeurs(trices) musicaux(cales), pisteur(euse)s radio, producteurs(trices) d'enregistrements sonores et réalisateurs(trices) d'enregistrements sonores**, soit 2 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 22 présente les compétences transversales sélectionnées comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les trois compétences identifiées comme prioritaires par le plus grand nombre d'éditeurs(trices) musicaux(cales), de pisteur(euse)s radio, de producteurs(trices) d'enregistrements sonores et de réalisateurs(trices) d'enregistrements sonores sont les suivantes.

60 %

Gérer mes droits d'auteur dans l'industrie de la musique: sources et modalités de monétisation, circulation et ventilation des sommes entre les intervenants, mécanismes de protection, entente de répartition, etc.

60 %

Maîtriser les aspects juridiques de mon métier: gestion des ententes contractuelles avec les différents acteurs(trices) de l'industrie, clarification des rôles et responsabilités, etc.

60 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique: exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

Les mêmes compétences sont priorisées par la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s. En revanche, la première compétence priorisée par les éditeurs(trices) musicaux(cales), pisteur(euse)s radio, producteurs(trices) d'enregistrements sonores et réalisateurs(trices) d'enregistrements sonores est plutôt en 3e position pour la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.

Par ailleurs, la majorité des répondant(e)s souhaite développer les compétences à un niveau de maîtrise intermédiaire.



Figure 22. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les éditeurs(trices) musicaux(cales), pisteur(euse)s radio, producteurs(trices) d'enregistrements sonores et réalisateurs(trices) d'enregistrements sonores et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 23 présente les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les éditeurs(trices) musicaux(cales), pisteur(euse)s radio, producteurs(trices) d'enregistrements sonores et réalisateurs(trices)s d'enregistrements sonores.

Ces derniers(ères) priorisent de façon relativement égale les cinq compétences spécifiques, ce qui rejoint la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.

De plus, le niveau de maîtrise souhaité varie en fonction des compétences, oscillant entre débutant, intermédiaire et avancé.

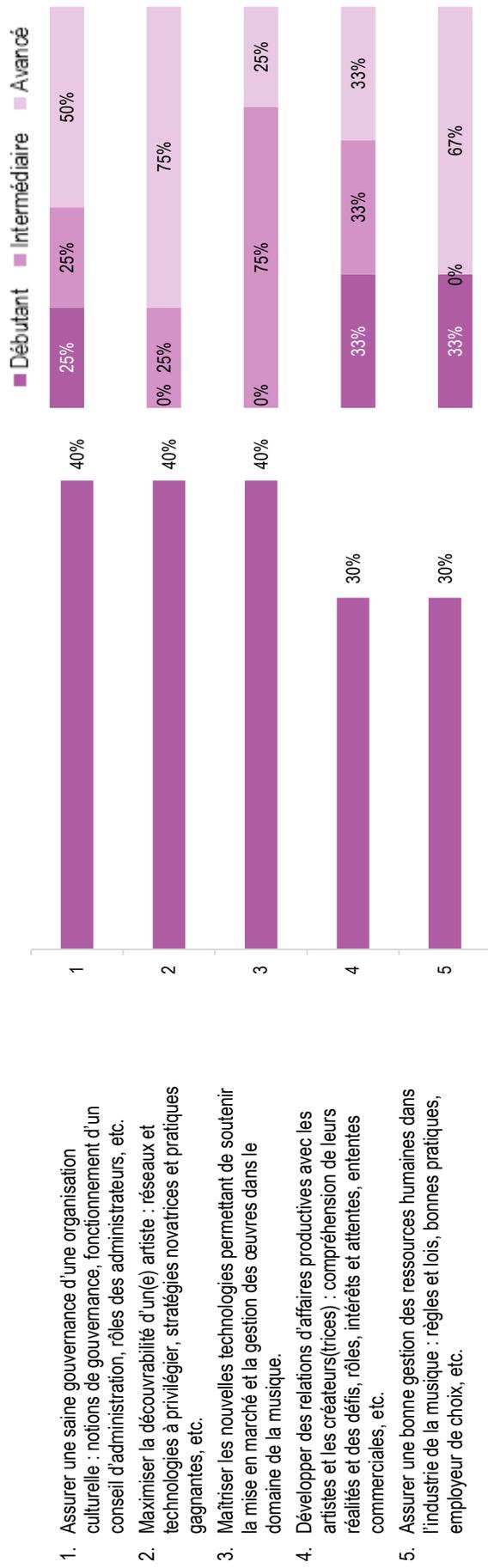


Figure 23. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les Éditeurs(trices) musicaux(cales), pisteuse(s) radio, producteurs(trices) d'enregistrements sonores et réalisateurs(trices) d'enregistrements sonores et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les gent(e)s de spectacles, diffuseurs de spectacles et organisateurs(trices)s d'événements musicaux

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Gestion dans le secteur culturel (4)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droits associés à l'industrie musicale</li> <li>• Dynamique entre les différent(e)s intervenant(e)s du secteur de la musique; écosystème musical et acteurs qui y participent</li> <li>• Fonctionnement des associations et services offerts par celles-ci</li> <li>• Réalité du marché du travail pour un(e) compositeur(trice)</li> </ul> <p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Relations interpersonnelles</i></li> <li>• <i>Gestion financière des entreprises culturelles</i></li> </ul>	<p><b>Promotion, marketing et diffusion (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Découvrabilité niveau avancé</li> <li>• Développement et expansion : stratégies novatrices</li> <li>• Compositeur(trice) et relations interpersonnelles : comment bien se vendre soi-même et sa musique</li> </ul> <p><b>Gestion des personnes (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion des comportements difficiles</li> <li>• Relations interpersonnelles</li> </ul> <p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Gestion du droit d'auteur et droits voisins à l'international</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Édition musicale</li> <li>• Approfondir les connaissances sur le respect et l'application des lois en vigueur</li> <li>• Innovation</li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.2.4 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX MÉTIERS LIÉS AUX COMMUNICATIONS ET AUX MÉTIERS LIÉS AU MARKETING ET À LA PROMOTION/ MISE EN MARCHÉ

Un total de 9 répondant(e)s se sont déclaré(e)s comme faisant partie des **métiers liés aux communications, au marketing et à la promotion/mise en marché**, soit 1 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 24 présente les compétences transversales sélectionnées comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les trois compétences que les répondant(e)s des métiers liés aux communications, au marketing et à la promotion/mise en marché priorisent en termes de développement sont les suivantes.



Bien que la compétence de maîtrise de la mise en marché a également été sélectionnée comme étant la plus priorisée par les répondant(e)s de la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s (57,1 %), ce sont 100 % des représentant(e)s des métiers liés aux communications, au marketing et à la promotion/mise en marché qui l'ont sélectionnée.

Également, aucun(e) des répondant(e)s ne souhaite avoir un niveau de maîtrise débutant : les niveaux de maîtrise oscillent entre intermédiaire et avancé.



Figure 24. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les métiers liés aux communications et les métiers liés au marketing et à la promotion/mise en marché et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire un bon réseautage</li> <li>• Négocier l'acquisition de catalogues d'édition</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment mobiliser les musicien(ne)s autour d'une cause syndicale</li> <li>• Découvrabilité des catalogues</li> </ul>	

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.2.5 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX MÉTIERS LIÉS À LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES ET MÉTIERS LIÉS À L'ADMINISTRATION ET AU FINANCEMENT

Un total de 11 répondant(e)s se sont déclaré(e)s comme faisant partie des **métiers liés à la gestion des ressources humaines et liés à l'administration et au financement**, soit 1 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 25 présente les compétences transversales sélectionnées comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les deux compétences que les répondant(e)s des métiers liés à la gestion des ressources humaines et liés à l'administration et au financement priorisent en termes de développement sont les suivantes.

63 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique: exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

63 %

Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique: taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc.

Le niveau de maîtrise souhaité varie grandement d'une compétence à l'autre, quoique le niveau intermédiaire semble privilégié pour la plupart.

Lorsqu'on compare les résultats des répondant(e)s des métiers liés à la gestion des ressources humaines et liés à l'administration et au financement à ceux de la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s, la mise en marché dans l'industrie de la musique est la compétence priorisée par ces deux groupes. Cependant, la gestion financière est plutôt au 4<sup>e</sup> rang pour la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.



Figure 25. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les métiers liés à la gestion des ressources humaines et métiers liés à l'administration et au financement et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 26 présente les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les métiers liés à la gestion des ressources humaines et métiers liés à l'administration et au financement. La compétence priorisée par 63 % des répondant(e)s est « Assurer une saine gouvernance d'une organisation culturelle... », suivie de « Développer des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices)... », avec 50 % des répondant(e)s l'ayant sélectionnée. Ce sont également les deux compétences priorisées par la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.

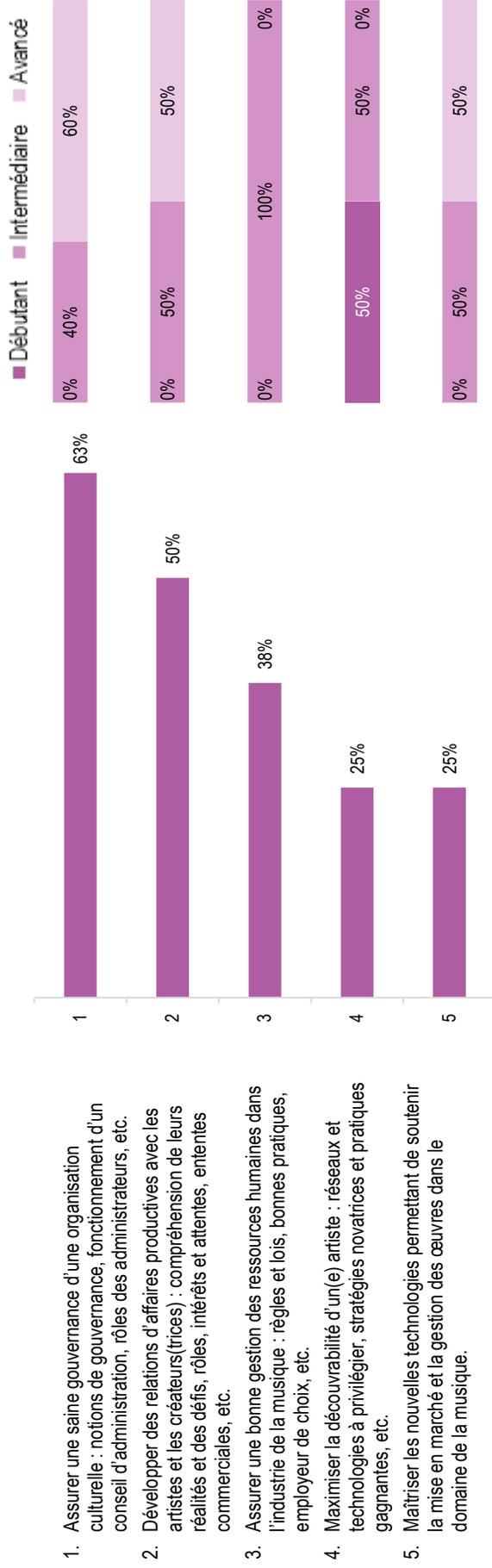


Figure 26. *Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les métiers liés à la gestion des ressources humaines et métiers liés à l'administration et au financement et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les métiers liés à la gestion des ressources humaines et métiers liés à l'administration et au financement*

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fiscalité de l'artiste, comment faire son administration</li> <li>Conversation de qualité/conversations difficiles</li> <li>Les différents organismes et leurs fonctions au sein du secteur</li> <li>Gestion des droits d'auteur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisation des réseaux sociaux en fonction de nos activités</li> <li>Site Web</li> <li>Marketing numérique</li> </ul>	<p><b>Accès aux ressources financières (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Être bien accompagné(e) pour remplir des demandes de subventions</li> <li>Financement</li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.2.6 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX PRODUCTEURS(TRICES) DE SPECTACLES

Un total de 13 répondant(e)s se sont déclaré(e)s **producteurs(trices) de spectacles**, soit 2 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 27 présente les compétences transversales sélectionnées comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les quatre compétences que les producteurs(trices) de spectacles priorisent en termes de développement sont les suivantes.

64 %

Maîtriser les aspects juridiques de mon métier : gestion des ententes contractuelles avec les différent(e)s acteurs(trices) de l'industrie, clarification des rôles et responsabilités, etc.

64 %

Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique: exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc.

55 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

55 %

Développer et mobiliser une équipe : esprit d'équipe, communication, gestion des conflits, etc.

Les mêmes compétences sont priorisées par la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.

En ce qui a trait à la maîtrise des compétences, la majorité des répondant(e)s souhaite un niveau intermédiaire, excepté pour les compétences « Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique », que les répondant(e)s souhaitent davantage maîtriser à un niveau avancé, et « Démarrer et gérer une entreprise au sein du secteur de la musique », qu'ils et elles souhaitent maîtriser à un niveau débutant.



Figure 27. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les producteurs(trices) de spectacles et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 28 présente, pour sa part, les compétences plus spécifiques qui ont été sélectionnées par les producteurs(trices) de spectacles. La compétence priorisée par ces derniers(ères) est « Assurer une bonne gestion des ressources humaines dans l'industrie de la musique : règles et lois, bonnes pratiques, employeur de choix, etc. », avec 73 % des répondant(e)s. Cette compétence est plutôt la dernière priorisée par la grande catégorie des travailleur(euse)s culturel(le)s.

En ce qui a trait au niveau de maîtrise souhaité des compétences, la majorité des répondant(e)s souhaite un niveau de maîtrise intermédiaire.

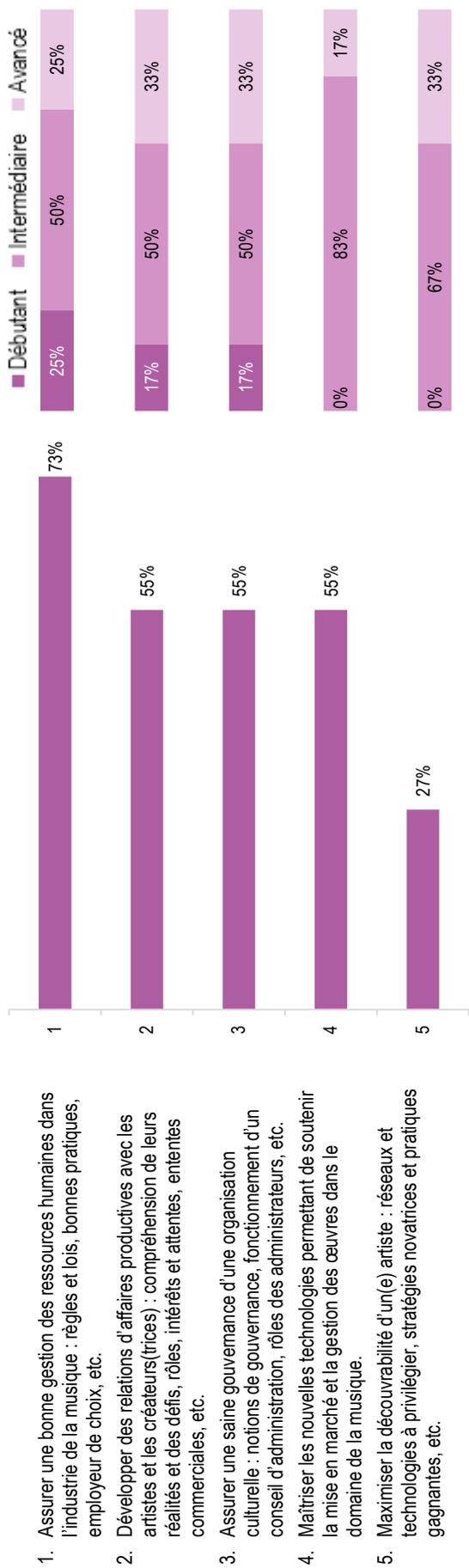


Figure 28. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les producteurs(trices) de spectacles et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les producteurs(trices) de spectacles

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Connaissance du secteur de la musique (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'ABC du secteur de la musique</li> <li>• Compréhension des différents rôles entourant la carrière d'un artiste</li> </ul> <p><b>Posture professionnelle (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le comportement professionnel</li> <li>• Faire bonne impression dans les 5 à 7</li> </ul> <p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Production de spectacles</i></li> <li>• <i>Connaitre les possibilités des réseaux sociaux et des nouvelles plateformes numériques</i></li> <li>• <i>L'intrapreneuriat au sein d'un OBNL</i></li> </ul>	<p><b>Production de spectacles avancée (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Différentes avenues pour amener la production d'un spectacle plus loin, à une époque où les budgets sont plus restreints et les technologies évoluent rapidement</li> <li>• La production de spectacle de A à Z</li> </ul> <p><b>Produire à l'international (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le développement international à l'ère 2.0</li> <li>• Préparation de tournées à l'international, par où commencer</li> </ul> <p><b>Accès aux sources de financement (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le financement offert par le Conseil des arts du Canada</li> <li>• Développement philanthropique</li> </ul> <p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Comment favoriser la découvrabilité des oeuvres musicales</i></li> <li>• <i>Développement du conseil d'administration</i></li> <li>• <i>Développement des connaissances des réseaux sociaux</i></li> </ul>	<p><b>Production de spectacles : niveau technique (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétences techniques dans la production de spectacles</li> <li>• Comprendre les bases techniques de certains métiers comme sonorisateurs(trices), éclairagistes, vidéastes, afin d'être mieux outillé pour coordonner les projets où ceux-ci sont impliqués</li> </ul> <p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Développer les marchés internationaux</i></li> <li>• <i>La planification stratégique d'un OBNL</i></li> <li>• <i>Comment bien aborder de nouveaux partenaires d'affaires dans les 5 à 7</i></li> <li>• <i>Étude de faisabilité des projets : au-delà du budget</i></li> <li>• <i>Les nouvelles plateformes numériques</i></li> <li>• <i>Le financement offert par le Conseil des arts du Canada</i></li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.3 BESOINS DE FORMATION SPÉCIFIQUES AUX PROFESSEUR(E)S/ENSEIGNANT(E)S/ CHERCHEUR(EUSE)S

Le métier de professeur a été sélectionné à la fois par des répondant(e)s se considérant comme artiste/créateur(trice)/interprète/technicien(ne) que par des répondants se considérant travailleur(euse)s culturels(le)s. Ainsi, les réponses de ces deux catégories ont été combinées pour obtenir les besoins de formation spécifiques les concernant.

Un total de 33 répondants se sont déclaré(e)s **professeur(e)s, enseignant(e)s ou chercheur(euse)s**, soit 4 % de l'ensemble des répondant(e)s au sondage. Cette section vise à explorer plus en profondeur les besoins de formation exprimés par ces répondant(e)s. La Figure 29 présente les compétences transversales sélectionnées par les **professeur(e)s, enseignant(e)s ou chercheur(euse)s** comme gagnant à être développées ou perfectionnées pour exercer leur métier.

Les trois compétences qui ont été identifiées comme prioritaires pour leur développement par le plus grand nombre de professeur(e)s, d'enseignant(e)s ou de chercheur(euse)s sont les suivantes.

72 %

Transmettre mes connaissances et mon expertise efficacement : donner de la formation, accompagner, etc.

48 %

Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques

48 %

Développer mes habiletés interpersonnelles : intelligence émotionnelle, développement du réseau professionnel, communication et collaboration, etc.

Pour ces compétences priorisées, les participant(e)s souhaitent majoritairement les développer à un niveau de maîtrise intermédiaire.

Les besoins de formation transversaux diffèrent de ceux du plus large groupe artistes, créateurs(trices), interprètes et technicien(ne)s. En effet, excepté pour les médias sociaux (deuxième compétence à développer également) les professeur(e)s, enseignant(e)s ou chercheur(euse)s misent davantage sur des compétences de transmission des connaissances et d'habiletés interpersonnelles, qui ne sont pas prioritaires pour les artistes, créateurs(trices), interprètes et technicien(ne)s combinés.

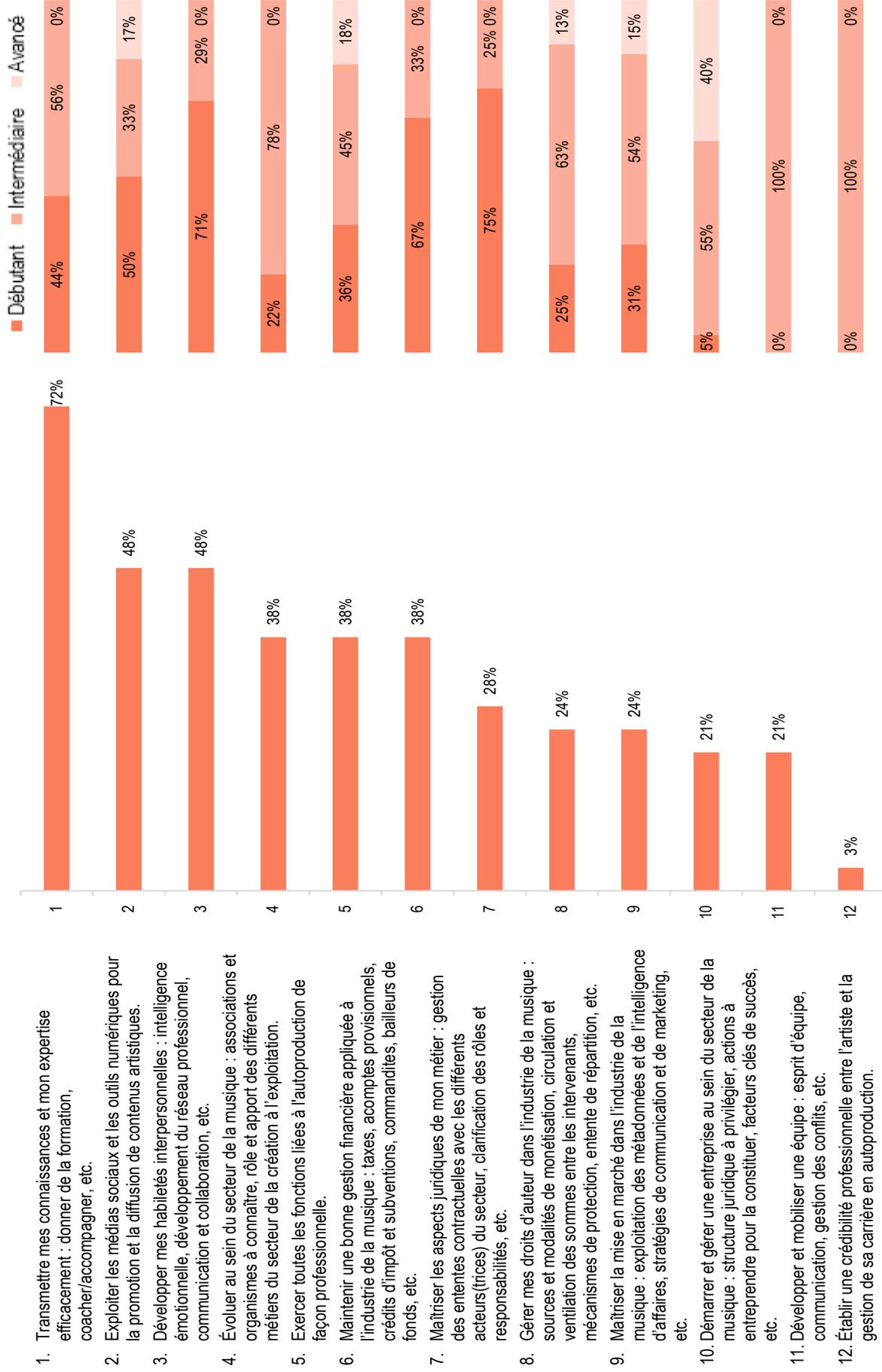
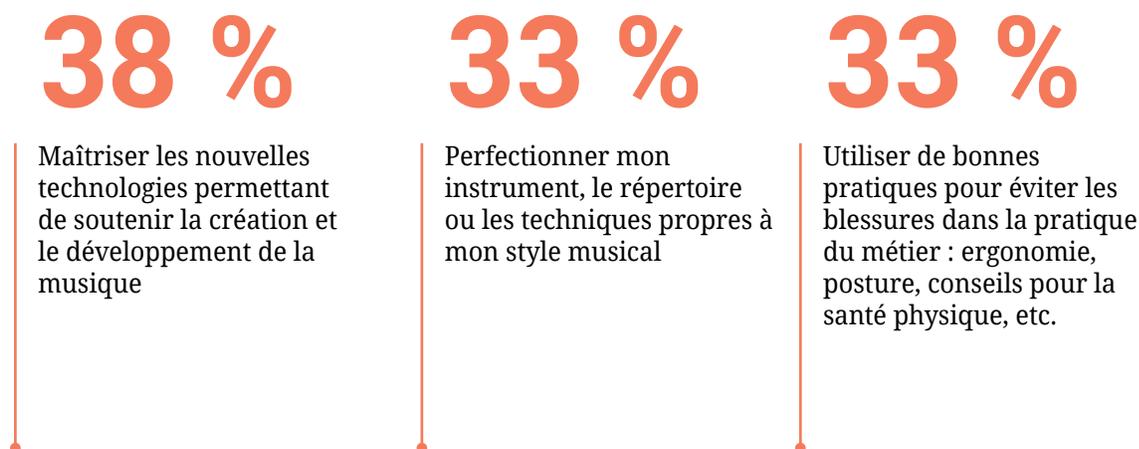


Figure 29. Compétences transversales qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les professeur(e)s/enseignant(e)s/chercheur(euse)s et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences transversales, selon les catégories d'emplois

La Figure 30 présente les compétences spécifiques qui ont été sélectionnées par les professeur(e)s/enseignant(e)s/chercheur(euse)s. Les trois besoins de développement spécifiques priorités par le plus grand nombre de ces répondant(e)s sont les suivants.



Le niveau de maîtrise souhaité des compétences est assez hétérogène, quoique les niveaux intermédiaire et avancé sont privilégiés (sauf pour « Développer des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices) » et « Développer ma carrière au sein du secteur de la musique », pour lesquelles un niveau débutant est davantage recherché).

Les professeur(e)s/enseignant(e)s/chercheur(euse)s souhaitent développer des compétences différentes comparativement à la plus large catégorie artistes, créateurs(trices) et interprètes. En effet, mis à part le perfectionnement de l'instrument, le répertoire ou les techniques propres au style musical (au 2e rang également pour artistes, créateurs(trices) et interprètes), les compétences à développer sont différentes, soit en lien avec les nouvelles technologies et les bonnes pratiques d'évitement des blessures.

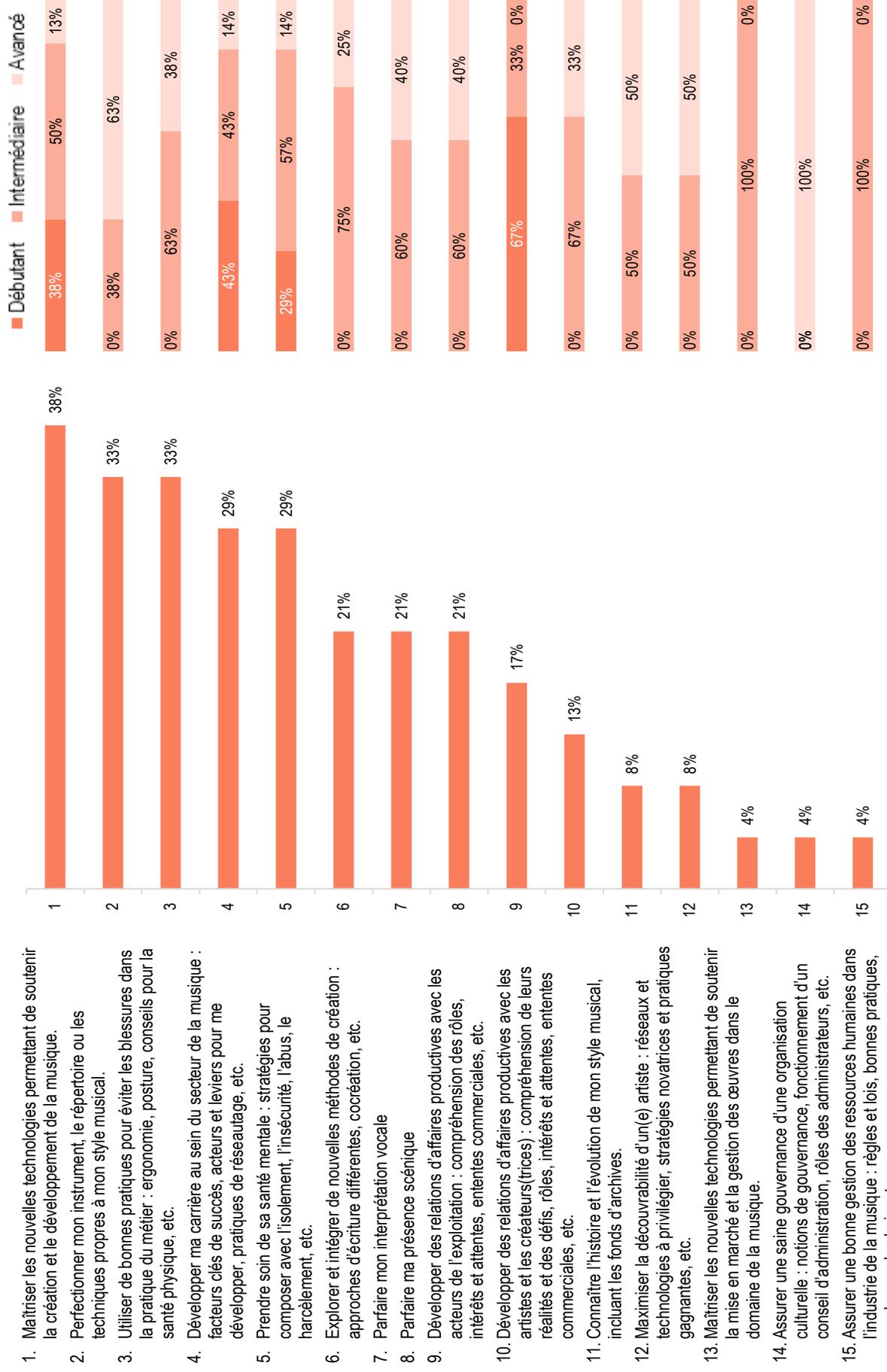


Figure 30. Compétences spécifiques qui gagneraient à être développées ou perfectionnées selon les professeur(e)s/enseignant(e)s/chercheur(euse)s et niveau de maîtrise souhaité, pour les compétences spécifiques, selon les professeur(e)s/enseignant(e)s/chercheur(euse)s

Formation que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?	Formation à laquelle vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?	Autre besoin ou compétence à développer que vous jugez important sur un horizon moyen terme (1 à 3 ans).
<p><b>Perfectionnement du chant (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technique vocale – Estill Voice Training</li> <li>• Le chant choral</li> <li>• Développement de son identité vocale</li> </ul> <p><b>Tonus musculaire – Eutonie (3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eutonie Gerda Alexander</li> </ul> <p><b>Gestion du temps et organisation (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir être en ordre et organisé</li> <li>• Organisation de l'horaire de travail instrumental</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Connaissance des auditions</i></li> <li>• <i>Utilisation de la technologie dans l'enseignement de la musique</i></li> <li>• <i>Comment établir un réseau de contacts professionnels</i></li> <li>• <i>Site Web</i></li> <li>• <i>Gestion de droits d'auteur</i></li> <li>• <i>À l'ordre : bien classer ses affaires</i></li> </ul>	<p><b>Subventions et bourses (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment bien remplir une demande de subvention, album, création, arrangement</li> <li>• Comment faire une demande de bourse</li> </ul> <p><b>Édition et diffusion à l'ère numérique (2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Édition musicale à l'ère numérique</li> <li>• Édition et diffusion d'une oeuvre</li> </ul> <p><b>Autres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Eutonie : libération du corps pour libérer l'expression et la créativité</i></li> <li>• <i>Comédies musicales</i></li> <li>• <i>Gestion des émotions</i></li> </ul>	<p><b>Autre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Eutonie</i></li> <li>• <i>Droits mécaniques à payer pour faire un album</i></li> <li>• <i>Jeu scénique et pratique théâtrale pour chanteurs lyriques</i></li> <li>• <i>Revoir les bases de solfège et de lecture de partition</i></li> <li>• <i>Prévention des blessures pour les musiciens et chanteurs</i></li> </ul>

Note : ces résultats sont issus de l'analyse qualitative des données au sondage et aux groupes de discussion. Les termes employés ont été repris le plus fidèlement possible. Lorsque plusieurs participant(e)s ont nommé ou écrit une même catégorie de besoin, le nombre de participant(e)s est écrit entre parenthèses.

## 5.4 COMPARAISON DES BESOINS DE FORMATION SOULEVÉS AVEC LES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR CULTUREL

Le *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* de Compétence Culture a identifié un total de 37 enjeux de développement des compétences au sein du secteur de la culture<sup>26</sup>. Ces enjeux sont des « réponses positives aux défis relevés dans le cadre du diagnostic et constituent des améliorations ou des gains à obtenir ».

Le Tableau 16 précise parmi ces enjeux lesquels avaient également été soulevés dans le cadre de la présente étude.

---

26. *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021* (Juin 2018). Tableau 19, p.93-100

Enjeux de compétence	Description	Artiste/créateur/interprète	Travailleur culturel
1. Le développement de la littératie numérique	L'enjeu de la littératie numérique est présent dès qu'il est question d'utiliser des systèmes, des outils et des applications numériques; de traiter de l'information numérique; de produire des contenus, de recueillir, stocker, analyser, partager des informations sous une forme numérique.	X	X
2. L'appropriation des outils technologiques et numériques	Cet enjeu majeur, présent dans toutes les chaînes, est un préalable à plusieurs autres enjeux. Parallèlement à l'utilisation des outils informatiques, les technologies numériques offrent de nouvelles possibilités en matière de création, de production, de diffusion, de gestion et de communication. Leur exploitation dans différentes disciplines demande de l'exploration, de l'expérimentation et des connaissances nouvelles. À titre d'exemple : le recours à la réalité virtuelle en audiovisuel, l'autoédition chez les auteur(e)s, la mise en marché par des plateformes numériques, l'intégration de nouveaux services comme les Fab Labs. Dans certaines chaînes, comme celle du livre, l'essor du numérique implique une transformation des pratiques de création, de production et de diffusion/distribution.	X	X
3. L'acquisition de nouvelles méthodes de travail	Sous la poussée de la créativité ou sous la pression des contraintes financières, matérielles ou technologiques, les méthodes de travail changent. Par exemple : l'adaptation à la constante évolution de l'écriture dramatique en théâtre, l'organisation plus rapide des tournages pour les comédien(ne)s et les technicien(ne)s, le développement de nouveaux processus de travail dus notamment à l'hybridation des langages artistiques issus de différentes disciplines, l'utilisation de données pour les diffuseurs, l'organisation différente d'exercice des droits pour les musicien(ne)s.	X	X
4. L'adoption et le maintien de pratiques sécuritaires	L'exercice de plusieurs disciplines comporte des risques de blessures pour les artistes. Ces derniers(ères) doivent acquérir des techniques et développer des façons de faire pour prévenir et soigner ces blessures. Ce défi concerne aussi le personnel technique, les concepteurs(trices), les diffuseurs et les formateurs(trices) qui doivent adopter des pratiques sécuritaires. Ces derniers ont aussi le défi de faire acquérir des techniques et des pratiques sécuritaires à leurs apprenant(e)s.	X	
5. La gestion optimale du temps	En raison de la double vie professionnelle, du cumul des fonctions, de l'augmentation des charges de travail ou des rythmes de production, les artistes, comme les travailleur(euse)s culture(l)le(s), doivent concilier les exigences de plusieurs rôles, mandats ou projets. Ils (elles) doivent apprendre des méthodes de gestion du temps et faire preuve d'un grand sens de l'organisation afin d'optimiser leur temps de travail.	X	X
6. L'acquisition de techniques de base	Certaines disciplines ne sont pas pourvues d'une formation de base au Québec. Certaines formations initiales ne couvrent pas toutes les compétences dites de base. Le milieu professionnel reconnaît des autodidactes et des talents émergents en marge du système professionnel. Dans tous ces cas, c'est par la formation continue que les apprentissages doivent se faire.		

Enjeux de compétence	Description	Artiste/créateur/interprète	Travailleur culturel
7. Le maintien de la performance	<p>Pour faire évoluer leur pratique et pour obtenir des contrats, les artistes doivent maîtriser leurs techniques et démontrer un haut niveau de performance, notamment dans les domaines où ils (elles) sont comparé(e)s aux meilleur(e)s d'ici et d'ailleurs. Leur quête d'excellence demande de s'exercer régulièrement. Par ailleurs, en raison de leur activité cyclique (par projet), et selon les projets sur lesquels ils (elles) travaillent, certaines pratiques ou techniques peuvent être délaissées un certain temps. Entre leurs différents projets, ils doivent donc maintenir et perfectionner leurs compétences disciplinaires.</p>	X	X
8. La définition d'une démarche artistique	<p>Qu'ils ou elles aient une solide formation de base ou qu'ils ou elles soient autodidactes, les créateurs(trices) doivent définir leur identité artistique et leurs valeurs, trouver leur style, leur créneau, leur cheminement propre. Tout au long de leur carrière, ils (elles) doivent approfondir leur connaissance d'eux-mêmes et de leurs capacités, cultiver une originalité, voire une unicité, développer leur confiance. La démarche artistique, qui repose sur la vision artistique, produit du sens et de l'unité pour guider le créateur(trice) dans la réalisation de sa carrière et dans le choix de son positionnement. Elle se traduit par une signature artistique.</p> <p>De plus, il faut non seulement bien définir et actualiser sa démarche, mais aussi être en mesure de la partager et de la communiquer, car elle sera requise dans les demandes de bourse, le dossier d'artiste, lors d'un appel de dossiers, d'une entrevue, etc.</p> <p>Les projets doivent s'articuler autour d'une vision artistique claire qui doit être partagée avec tous les collaborateurs(trices), à toutes les étapes du processus ou tous les maillons.</p>	X	
9. La création d'un répertoire	<p>Les artistes doivent, en début de carrière, développer un certain répertoire pour se faire connaître, se distinguer et pour stimuler la demande à l'égard de leurs oeuvres, services, productions. Tout au long de leur carrière, ils (elles) doivent élargir et enrichir leur répertoire qui peut notamment inclure des oeuvres, des produits, une offre de service ou un éventail des savoir-faire, que ce soit avec photos, maquettes, fichiers, etc.</p>	X	
10. Une compréhension large de sa pratique (positionnement)	<p>Pour un(e) artiste, il est important de connaître l'histoire de sa discipline, ses courants et ses tendances, afin de pouvoir se situer dans l'évolution des pratiques à l'échelle nationale et internationale. Le développement de projets doit aussi pouvoir s'ancrer dans des connaissances générales permettant de les contextualiser et les inscrire dans une perspective critique.</p> <p>Cette connaissance permet de poser un regard analytique sur sa propre pratique, de développer un discours articulé mettant en valeur sa démarche artistique et de définir son positionnement afin, notamment, d'attirer des collaborations, obtenir du financement et récolter des marques de reconnaissance.</p>	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/créateur/interprète	Travailleur culturel
11. Le maintien du potentiel créatif	<p>Dans tous les domaines, le défi de la création et du renouvellement est constant. Pour créer et innover, les artistes, les concepteurs(trices), doivent puiser dans leur imaginaire. Cela requiert de stimuler leur potentiel créatif par différents apports et méthodes, notamment l'improvisation, la visualisation ou l'utilisation d'outils numériques, la diversification des expériences et l'élargissement du bagage de connaissances.</p>	X	
12. L'évolution des pratiques	<p>L'évolution des pratiques entraîne un besoin de mise à jour et de maîtrise des techniques et des outils de création, entre autres dans les pratiques artistiques en constante mutation où il faut suivre le rythme pour ne pas être dépassé(e), notamment par les avancées technologiques.</p> <p>Par ailleurs, les différentes disciplines artistiques peuvent s'inspirer des disciplines voisines ou d'autres influences culturelles. Théâtre, cirque, musique, arts visuels, conte, danse, marionnettes, métiers d'art, etc. se retrouvent parfois convoqués par une vision artistique intégrée. Plusieurs approches d'une même discipline se côtoient aussi, ce qui demande aux artistes d'élargir constamment leurs compétences.</p>	X	X
13. L'enrichissement des pratiques au contact de la diversité culturelle	<p>Les artistes arrivés récemment au Québec font face à un système complexe de financement et d'accès au travail et ont besoin d'un accueil particulier pour participer à la vie culturelle. Leur apport peut enrichir les pratiques d'ici comme ces dernières peuvent permettre aux nouveaux(elles) arrivant(e)s de nouvelles explorations. Il en est de même pour les communautés autochtones. Le monde du théâtre en particulier veut élargir les compétences des uns et des autres en faisant en sorte que les dramaturgies autochtones et celles issues de la diversité culturelle rencontrent le théâtre contemporain québécois.</p>		
14. L'élargissement des contextes professionnels de sa pratique (polyvalence)	<p>Pour profiter de nouveaux débouchés et générer des revenus complémentaires, les artistes peuvent explorer des univers connexes à leur métier (industrie de la vidéo, publicité, musique à l'image, Web, installations muséales, etc.), ce qui demande de diversifier leurs compétences.</p>	X	X
15. L'exécution optimale des fonctions de travail liées à la production	<p>Autour des créateurs(trices), plusieurs fonctions sont réunies pour concrétiser les œuvres, les services ou l'expérience culturelle selon la vision artistique du (de la) créateur(trice). Pour obtenir des contrats, les professionnel(le)s (concepteurs(trices), technicien(ne)s, directeurs(trices) de production, etc.) doivent se démarquer. Cependant, les artistes qui se produisent, ainsi que la majorité des conteur(euse)s qui assument également le rôle de producteur(trice), doivent faire l'apprentissage de compétences en production : exploitation des technologies numériques, coordination d'une production, etc.</p> <p>Autour des œuvres (musées, galeries, librairies, etc.), plusieurs fonctions sont nécessaires pour assurer la mise en valeur ou la conservation en vue de leur accès au public.</p> <p>Ces professionnels doivent rester à l'affût des techniques, outils et méthodes de travail qui évoluent, et ce, pour préserver la qualité d'exécution.</p>	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/ créateur/ interprète	Travailleur culturel
16. La gestion des équipes, des horaires et des budgets	Les directeurs(trices) techniques et directeurs(trices) de production doivent planifier le travail à réaliser, l'organiser et en assurer le bon déroulement dans les conditions particulières de chaque projet et selon les paramètres prévus.	X	X
17. L'exécution optimale des fonctions de travail liées à la diffusion/distribution	<p>Les professionnel(le)s qui ont pour fonction de rendre accessibles les oeuvres, les activités et les services culturels doivent rester à l'affût des techniques, outils et méthodes de travail qui évoluent selon les marchés conventionnels et la nouvelle économie.</p> <p>Il est important de souligner que l'exercice de la profession de diffuseur nécessite des compétences multiples qui ne touchent pas uniquement à la diffusion, mais également à la création, la production et la gestion. Par exemple : direction artistique, planification d'une programmation, gestion et entretien de lieux de spectacles, connaissance du milieu.</p> <p>Dans les chaînes comme le Livre et les Métiers d'art, la vente ainsi que les relations et le service à la clientèle constituent des enjeux importants qui nécessitent des compétences particulières.</p>	X	X
18. Le développement de stratégies de mise en marché et de commercialisation	<p>Pour réussir à intéresser des diffuseurs/distributeurs(trices) et à vendre leurs oeuvres, productions ou services, et ainsi générer des revenus, les créateurs(trices) et les producteurs(trices) doivent acquérir des notions de mise en marché. Les producteurs(trices) doivent comprendre les rouages de la diffusion afin de faire rayonner les oeuvres, expositions, etc. Les diffuseurs doivent aussi mettre en place des stratégies pour rejoindre leurs publics. L'acquisition de compétences dans ce domaine est d'autant plus nécessaire que les pratiques de mise en marché et de commercialisation changent en profondeur avec le numérique et la mondialisation des échanges. De nouvelles stratégies sont à créer, à mettre en place et à évaluer constamment.</p>	X	X
19. La visibilité de l'offre professionnelle et la découvrabilité des contenus	<p>Le marché de la culture est de plus en plus saturé. L'offre professionnelle est noyée dans une multitude de propositions émanant d'ici et d'ailleurs. L'accessibilité omniprésente et mondialisée des contenus artistiques sur Internet oblige à déployer des efforts de communication et de promotion accrus pour rayonner et tirer son épingle du jeu. Les stratégies doivent être adaptées aux différents réseaux et publics visés (marché national, marché international, public scolaire, etc.).</p> <p>Il faut également se préoccuper du référencement des ressources sur le Web afin d'être découvert(e).</p> <p>Pour de très nombreux artistes, il devient aussi important de se faire connaître et de faire connaître leurs oeuvres et leurs services que de les produire. Que ce rôle soit volontaire ou par incapacité financière de s'entourer de spécialistes, ils (elles) doivent se consacrer à la promotion de leur travail.</p> <p>Au service de la mission de l'organisation, les travailleur(euse)s culturel(le)s recherchent l'efficacité des moyens de promotion des produits ou des projets.</p> <p>De nouveaux outils sont disponibles, des réseaux sont à construire et pour y arriver, des compétences sont à développer.</p>	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/ créateur/ interprète	Travailleur culturel
20. Une compréhension large des disciplines et des pratiques professionnelles	Tout comme les artistes, les agent(e)s de développement, les responsables des communications et les diffuseurs doivent aussi détenir les clés de compréhension d'une ou des différentes disciplines afin de les programmer, les promouvoir et les mettre en communication avec leurs publics.	X	X
21. Le développement de publics et l'élargissement des marchés	Au bénéfice de tous les citoyens, la circulation des spectacles, l'accès aux oeuvres et au patrimoine exigent des efforts constants et des procédés multiples. Le marché domestique des amateurs étant limité, les démarches pour élargir les marchés et pour rejoindre les publics non conventionnels sont multipliées. Plusieurs institutions et organisations souhaitent élargir leurs publics et adapter leurs pratiques aux caractéristiques de certains publics spécialisés tels que les groupes scolaires, les aînés, les personnes handicapées, les familles, etc. De nouvelles compétences sont à acquérir pour y arriver.	X	X
22. L'accès aux marchés canadiens et internationaux	Dans plusieurs domaines, les artistes québécois(oises) sont présent(e)s sur la scène au Canada et à l'international et veulent s'y maintenir. D'autres veulent y accéder. Dans la plupart des cas, il s'agit là d'un moyen important pour poursuivre sa carrière, ce qui exige de nombreux savoirs et savoir-faire.	X	X
23. Le déploiement de la médiation culturelle	La fonction de médiateur(trice) culturel(le), pour laquelle la formation de base est récente, est évoquée par de nombreuses organisations comme un moyen de renouveler une relation avec les publics selon tous les types de la participation citoyenne. Par ailleurs, à l'heure actuelle, on constate un manque de diversité en médiation, faute de formation et de ressources. Le milieu souhaite que les approches et les activités de médiation soient réinventées et adaptées. La fonction de médiateur(trice) peut être accomplie avantageusement par les artistes et les travailleur(euse)s culturel(le)s par l'acquisition de certaines compétences.		
24. La prévision des tendances du marché (métadonnées)	Dans plusieurs domaines, les habitudes de consommation des produits culturels sont en changement. Dans le but de maintenir ou de développer des marchés, il est important de bien connaître les tendances. Par exemple, l'utilisation judicieuse des métadonnées devient une compétence stratégique.	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/ créateur/ interprète	Travailleur culturel
25. La prise en charge de sa carrière tout au long de la vie professionnelle	<p>Rares sont les travailleur(euse)s indépendant(e)s qui peuvent compter sur un(e) gérant(e) ou un(e) agent(e) qui voit à tous les aspects de leur carrière. La majorité d'entre eux doivent prendre en charge leur carrière tout au long de leur vie professionnelle, ce qui requiert de nombreuses habiletés (gestion, planification, finances, promotion, fiscalité, etc.). Or, ces aspects ne sont pas toujours développés dans le cadre de la formation initiale, où l'accent est mis sur les compétences disciplinaires, et les travailleur(euse)s indépendant(e)s sont bien souvent démunis(e)s devant l'ampleur et la complexité des aspects à gérer. Par exemple, les travailleur(euse)s indépendant(e)s doivent comprendre et appliquer les obligations fiscales, notamment les avantages fiscaux liés aux revenus artistiques qui s'appliquent à leur situation.</p> <p>De plus, ils doivent préciser leur parcours professionnel, définir leur scénario de pratique, élaborer des outils pour avoir une meilleure emprise sur le développement de leurs projets. Selon les choix de carrière qui surviennent, la réalisation d'un plan d'action permet d'orienter la prise de décision et de maintenir un certain équilibre entre leurs activités artistiques et la survie économique.</p>	X	X
26. L'obtention d'une juste rémunération pour son travail	<p>Pour obtenir une rémunération juste, les travailleur(euse)s indépendant(e)s doivent savoir négocier, connaître les prix justes des objets produits ou des services offerts, rédiger des ententes, faire respecter leurs droits d'auteur au Québec et ailleurs, notamment dans l'univers numérique. Cet enjeu est encore plus grand pour ceux (celles) qui ne sont pas protégé(e)s par des ententes collectives.</p>	X	
27. Le développement de l'esprit entrepreneurial	<p>Pour de nombreux artistes, travailleur(euse)s culturel(le)s et gestionnaires d'organisations, l'esprit entrepreneurial est nécessaire pour atteindre leurs objectifs. Ils (elles) doivent développer et partager une vision, trouver les bons moyens de réaliser leurs projets, aller chercher l'aide nécessaire, développer et entretenir un réseau, convaincre des partenaires, établir des alliances, bien orchestrer les collaborations, etc.</p> <p>Dans certains cas, les artistes prendront une forme juridique ou mettront sur pied un atelier ou une compagnie et devront faire preuve d'un esprit entrepreneurial pour concrétiser leurs projets.</p>	X	X
28. La gestion de projets	<p>Tant les artistes que les travailleur(euse)s culturel(le)s doivent apprendre à gérer des projets : projet de recherche, de création, de tournée, etc.</p> <p>Induite par le financement par projet, la gestion de projets nécessite l'acquisition de méthodes (planification des ressources et des tâches, gestion des échéanciers, reddition de comptes, etc.) en vue de réduire les risques financiers, relationnels, de perte de crédibilité. Gérer un projet artistique peut couvrir de nombreux aspects : gérer dans un contexte de créativité, établir des partenariats, gérer un budget, des ressources humaines, des ententes contractuelles, etc.</p>	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/ créateur/ interprète	Travailleur culturel
29. La préservation du patrimoine artistique (donation des archives et legs artistiques)	Les artistes en fin de carrière souhaitent faire don de leurs archives, enrichissant ainsi la connaissance des disciplines artistiques et le patrimoine collectif. Pour préparer un legs artistique, ils (elles) doivent acquérir certaines compétences afin que leurs fonds soient recevables par les organisations spécialisées.		
30. La conformité aux lois et à la réglementation en vigueur	Le développement du marché international, l'élargissement des possibilités de diffusion, les nouvelles formes de rémunération rendent nécessaire une connaissance plus approfondie des contextes légaux afin d'éviter des poursuites et de faire valoir ses droits.	X	X
31. L'obtention et la diversification des sources de revenus	Les compétences en financement, notamment en financement privé, sont de plus en plus requises et parfois stratégiques, car ce dernier doit remplacer parfois le financement public ou devient une condition pour obtenir celui-ci. D'autre part, le financement public est complexe et en changement. Pour obtenir et diversifier ses sources de revenus, il faut être à l'affût de celles-ci, bien analyser leurs modalités et rédiger de façon claire et convaincante. L'enjeu du financement peut nécessiter le développement d'alliances avec d'autres partenaires.	X	X
32. La gestion et la consolidation des organisations	Les personnes qui dirigent les compagnies artistiques ou les regroupements d'artistes sont, pour la majorité, issues du milieu artistique et n'ont pas reçu une formation en gestion. Elles doivent acquérir, pour assurer leurs responsabilités, des compétences en gestion de personnel, en planification, en financement, en gestion financière, en comptabilité, en gestion des biens meubles et immeubles, etc. Les changements technologiques actuels les obligent aussi à rechercher de nouveaux modèles d'affaires, de nouvelles façons de faire, etc.	X	X
33. L'adoption de pratiques pertinentes en gestion des ressources humaines	<p>Dans un secteur où plusieurs défis RH découlent du sous-financement et où la rémunération est peu compétitive par rapport aux autres secteurs d'emploi, les bonnes pratiques en gestion de ressources humaines (GRH) sont essentielles pour fidéliser les employé(e)s et obtenir leur engagement.</p> <p>Elles sont importantes à la fois pour les dirigeant(e)s d'organisations culturelles et pour les artistes qui doivent constituer des équipes pour réaliser leurs projets.</p> <p>Les pratiques en GRH incluent, par exemple, la gestion du personnel, qui implique souvent une gestion du cumul des fonctions en raison du financement déficient, les pratiques de dotation de postes, le recrutement, l'intégration de nouveaux(velles) employé(e)s, la formation des employé(e)s, le développement des talents (actions de transfert de direction). Dans certaines chaînes, on fait également référence à la gestion des bénévoles (encadrement, formation).</p> <p>Cet enjeu réfre aussi aux nouvelles tendances de direction, qui répondent à des transformations sociales et culturelles, telle la gestion collaborative.</p> <p>Enfin, pour faire face aux nombreux changements que traversent le secteur culturel et les organisations, il est important de tenir compte de leurs impacts sur les équipes et de gérer le volet humain du changement.</p>	X	X

Enjeux de compétence	Description	Artiste/créateur/ interprète	Travailleur culturel
34. La gestion adéquate des archives de l'organisation	Les organisations ont la responsabilité de conserver des archives (documents et oeuvres) et des collections qu'ils doivent classer, documenter et conserver en bon état. La numérisation joue ici un rôle important.		
35. Le transfert des savoir-faire au sein de l'organisation	Afin que l'expérience réalisée dans une organisation serve à ceux (celles) qui suivent, il est nécessaire de documenter les pratiques, ce qui requiert certaines compétences. Cet enjeu devient d'autant plus important en situation de succession aux postes de direction, de transfert de propriété ou quand le sous-financement engendre un fort taux de rotation de personnel.		X
36. L'acquisition de méthodes d'enseignement	Dans la plupart des disciplines, les formateurs(trices) auxquel(le)s on a recours en formation continue sont des praticien(ne)s qui détiennent une expertise reconnue dans leur spécialité. Ils (elles) doivent aller au-delà de la simple transmission d'informations pour provoquer de véritables apprentissages. Bien qu'ils (elles) n'aient pas de formation pédagogique, ils (elles) doivent concevoir des formations, structurer des cours, les adapter à différentes clientèles, élaborer du matériel, etc.		
37. La maîtrise de la discipline enseignée	Dans certains domaines comme les arts du cirque et la danse, on dénote d'importants besoins pour former des instructeurs(trices) et des enseignant(e)s dans toute la filière (loisir, préparatoire, professionnelle). Ceux(celles)-ci doivent maîtriser les techniques de base, développer leur polyvalence, se perfectionner, assurer des pratiques sécuritaires pour leurs élèves, etc.	X	X

Tableau 16. Analyse comparative des enjeux soulevés par l'étude et de ceux identifiés par Compétence Culture : identification des enjeux soulevés

Note : les cases marquées « N.D. » sont celles pour lesquelles l'information recueillie dans le cadre de l'étude ne permet pas de définir si cet enjeu a été soulevé ou non par l'ensemble des répondant(e)s.

# 6

## ATTENTES À L'ÉGARD DE L'OFFRE DE FORMATION

Les participant(e)s à l'étude ont été interrogé(e)s sur l'offre de formation actuellement disponible, ainsi que sur leurs attentes à cet effet. Plus spécifiquement, les discussions et les questions du sondage ont porté sur le format souhaité des activités de formation continue, les méthodes d'enseignement privilégiées, les durées et meilleurs moments pour suivre les activités de formation, ainsi que sur les contraintes perçues par les répondant(e)s au regard de l'offre actuelle de formation.

### 6.1 FORMAT SOUHAITÉ

Les répondant(e)s ont été invité(e)s à se positionner sur le format des activités de formation qui répondait le mieux à leurs attentes et besoins. Les données recueillies par l'entremise du sondage et présentées à la Figure 31 nous montrent que les artistes/créateurs(trices)/interprètes et les travailleur(euse)s culturel(le)s préconisent tous deux les mêmes trois formats : panels et conférences, classes de maîtres avec différent(e)s expert(e)s du milieu, formation en salle, et coaching/mentorat individuel. Les artistes/créateurs(trices)/interprètes ont par ailleurs une préférence pour le coaching/mentorat individuel, alors que les travailleur(euse)s culturel(le)s préfèrent les deux autres formats d'activité. Cette préférence des artistes/créateurs(trices)/interprètes pour le format de type coaching a d'ailleurs été corroborée lors des panels et des groupes de discussion.

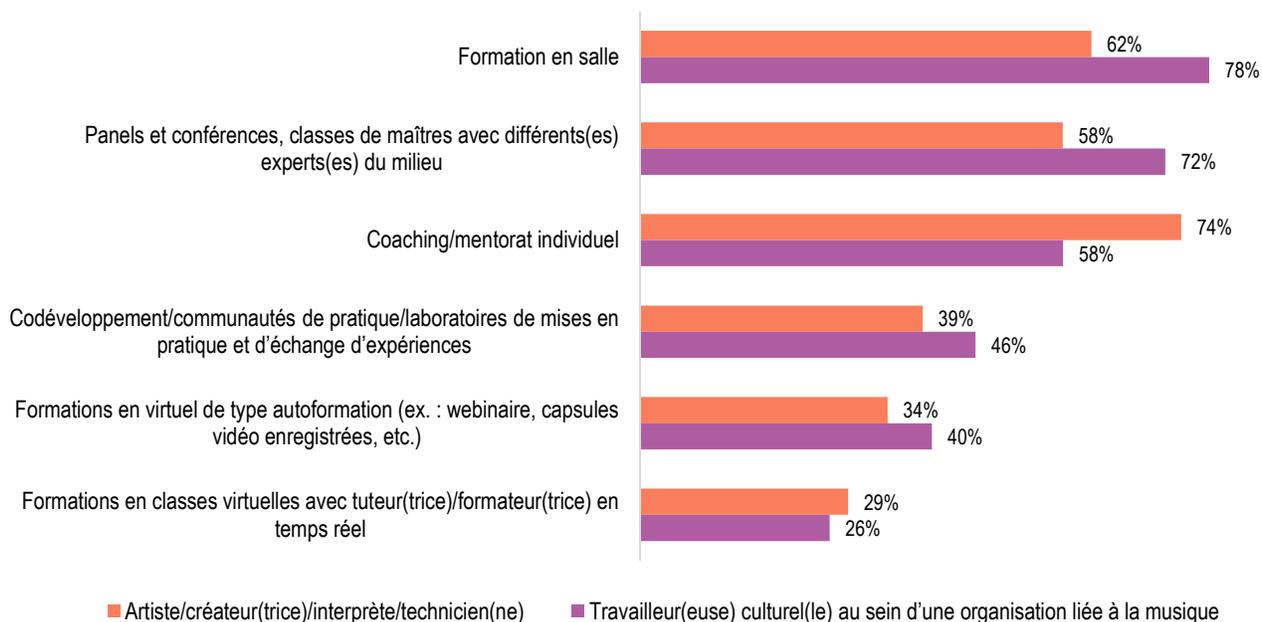


Figure 31. Format des activités de formation qui répondent le mieux aux besoins des artistes/créateur(trice)s/interprètes (N = 333) et des travailleur(euse)s culturel(le)s (N = 50) (plusieurs réponses possibles)

Afin d'évaluer si les préférences de format changeaient en fonction du profil des répondant(e)s, les données à cette question ont été croisées en fonction de certaines catégories sociodémographiques des répondant(e)s, soit l'ancienneté au sein du secteur et le nombre d'activités de formation suivies dans les deux dernières années.

La Figure 32 met de l'avant que le fait d'avoir ou non suivi au moins une formation dans les deux dernières années a peu d'influence sur le format des activités de formation souhaité. En outre, cette figure fait également ressortir que les répondant(e)s ayant suivi de la formation dans les deux dernières années semblent plus ouvert(e)s à une variété de formats en général, ces derniers(ères) en ayant sélectionné plusieurs (d'où les pourcentages plus élevés que pour les répondant(e)s n'ayant pas suivi de formation depuis 2 ans).

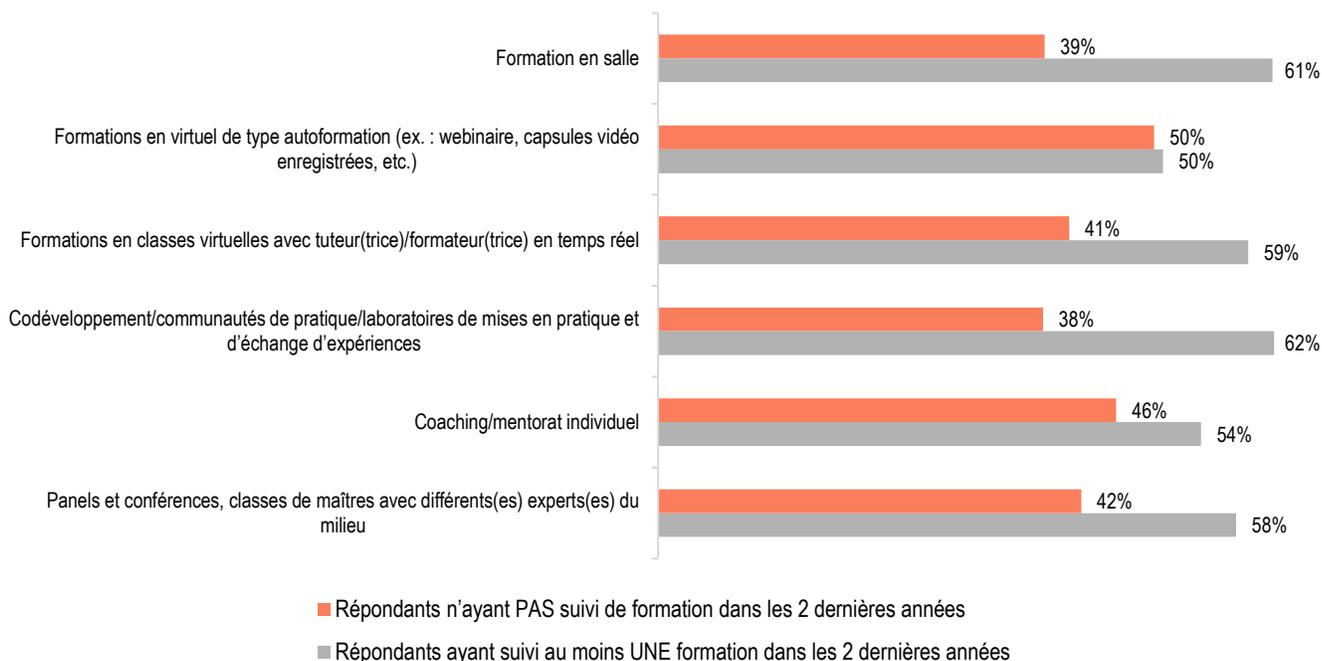


Figure 32. Format des activités de formation qui répondent le mieux aux besoins des répondant(e)s (plusieurs réponses possibles), en fonction du nombre de formations suivies

N = 315. Répondant(e)s n'ayant PAS suivi de formation dans les 2 dernières années = 152. Répondant(e) ayant suivi au moins UNE formation dans les 2 dernières années = 163.

De son côté, la Figure 33 met en lumière que l'ancienneté au sein du secteur de la musique a peu d'influence sur le format de formation souhaité. Ainsi, le coaching/mentorat individuel demeure le format de formation privilégié des trois groupes d'ancienneté. Il est toutefois intéressant de noter que les répondant(e)s ayant moins de 5 ans d'ancienneté au sein de la Chaîne Musique indiquent que la formation en salle est leur format de formation préféré (76 % des répondant[e]s de moins de 5 ans d'ancienneté l'ont sélectionné), alors que cette tendance diminue avec l'ancienneté (57 % des répondant[e]s ayant plus de 20 ans d'ancienneté l'ont sélectionné).

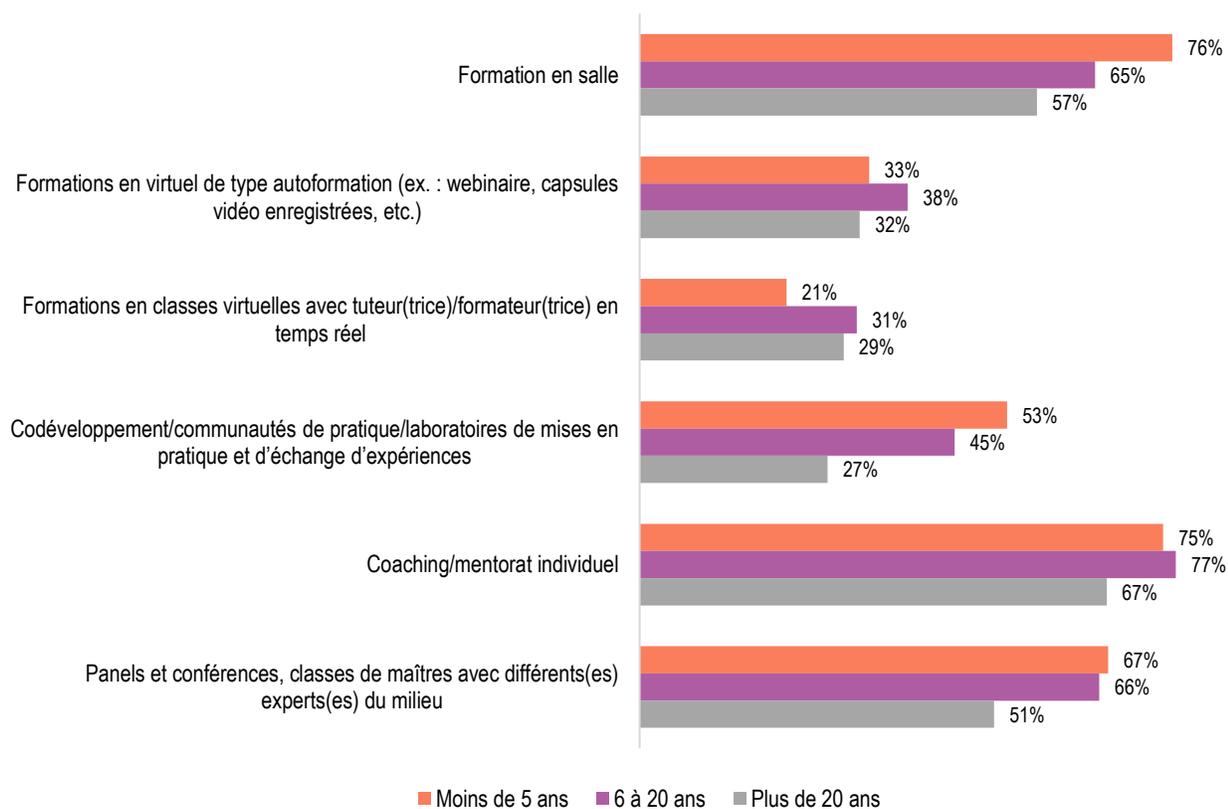


Figure 33. Format des activités de formation qui répondent le mieux aux besoins des répondant(e)s (plusieurs réponses possibles), en fonction de l'ancienneté au sein du secteur de la musique

## 6.2 MÉTHODE D'ENSEIGNEMENT SOUHAITÉE

Les répondant(e)s ont également été invité(e)s à se prononcer sur les méthodes d'enseignement qui correspondaient le mieux à leurs besoins ou à leurs attentes. Les résultats obtenus, présentés à la Figure 34, soulèvent le fait que les artistes/créateurs(trices)/interprètes préfèrent, de loin, les exercices pratiques, avec 73 % des répondant(e)s qui l'ont sélectionné comme méthode privilégiée. De leur côté, les travailleur(euse)s culturel(le)s préfèrent les discussions/échanges structuré(e)s sur un sujet (69 % des travailleur(euse)s culturel(le)s l'ont sélectionné). Outre ces différences significatives, les trois méthodes d'enseignement privilégiées par les artistes/créateurs(trices)/interprètes demeurent les mêmes que celles privilégiées par les travailleur(euse)s culturel(le)s, soit :

- discussion/échange structuré(e) sur un sujet;
- mises en situation fictives ou réelles (cas vécus/expérience terrain);
- exercices pratiques.

Notons que, bien que les démonstrations, tutoriels, et les présentations magistrales/théoriques aient moins été sélectionnés, ils l'ont tout de même été par près de la moitié des répondant(e)s, indiquant que ces méthodes d'enseignement sont toujours pertinentes. Nous pourrions avancer que ces méthodes doivent être utilisées au bon moment, selon les compétences à développer, et idéalement en combinaison avec d'autres formats de formation.

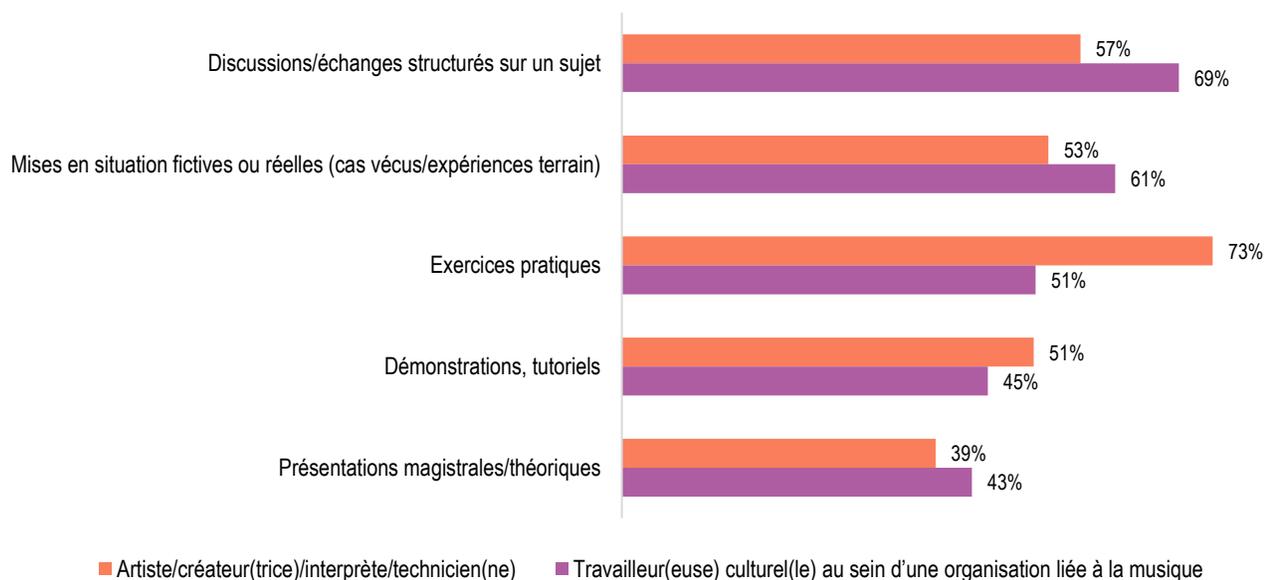


Figure 34. Méthodes d'enseignement qui répondent le mieux aux besoins des artistes/créateur(trice)s/interprètes (N = 333) et des travailleur(euse)s culturel(le)s (N= 50) (plusieurs réponses possibles)

Les résultats au regard des méthodes d'enseignement privilégiées ont également été croisés en fonction de l'ancienneté dans l'industrie de la musique. Les résultats obtenus, présentés à la Figure 35, illustrent que les différences sont peu marquées entre les groupes. Parmi les quelques nuances observées, notons que les exercices pratiques sont davantage préconisés par les répondants ayant moins de 5 ans d'ancienneté (80 % l'ont sélectionné), alors que les démonstrations/tutoriels sont plus populaires chez les répondant(e)s ayant plus de 20 ans d'ancienneté (56 % l'ont sélectionné).

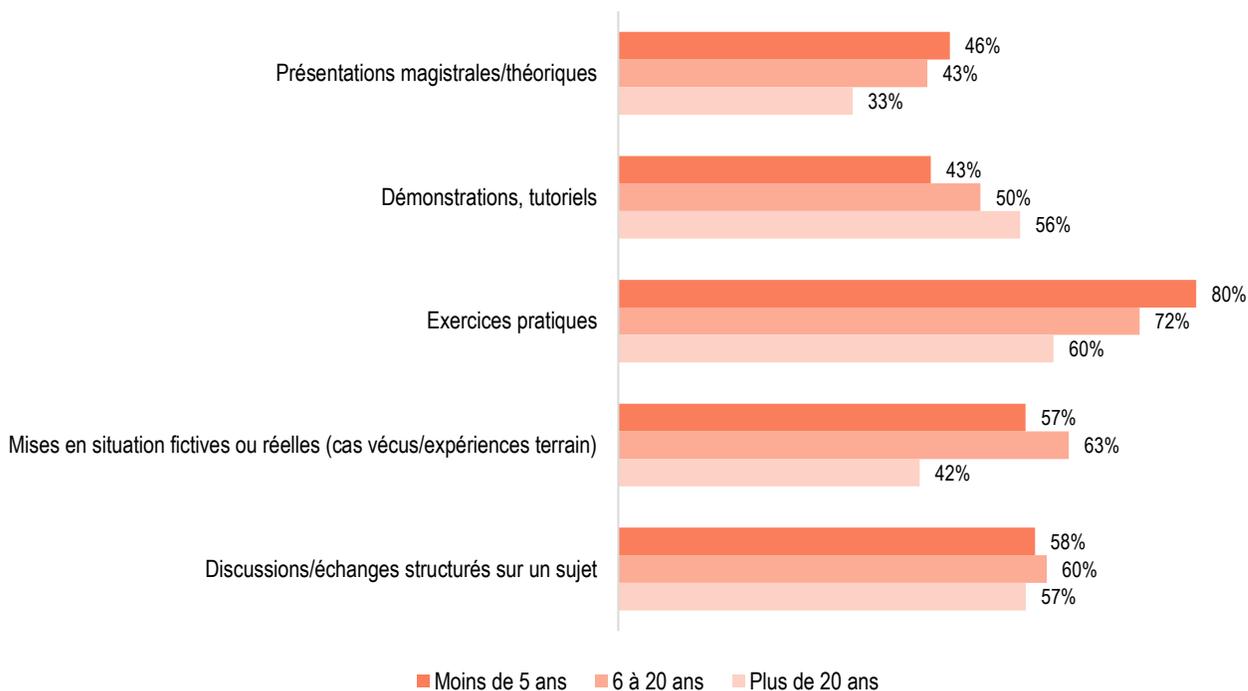


Figure 35. Méthodes d'enseignement qui répondent le mieux aux besoins des répondant(e)s (plusieurs réponses possibles) en fonction de leur ancienneté au sein du secteur de la musique

N = 368. Moins de 5 ans = 76. 6 à 20 ans = 163. Plus de 20 ans = 129.

## 6.3 DURÉE DE FORMATION SOUHAITÉE

La Figure 36 met en évidence que la demi-journée de formation semble, de l'avis des répondant(e)s, être le format idéal. Aucune durée ne semble par ailleurs proscrite par les répondant(e)s ou, exprimé différemment, toutes les durées de formation apparaissent avoir une pertinence pour une portion importante des répondant(e)s.

Lorsqu'on compare les données par catégorie de métier, nous observons que les artistes/créateurs(trices)/interprètes privilégient davantage des formations très courtes (microapprentissage ou activité d'une à deux heures) ainsi que consécutives sur quelques jours (deux jours ou trois jours ou plus) comparativement aux travailleur(euse)s culturel(le)s qui préfèrent davantage des formations sur une demi ou une journée complète.

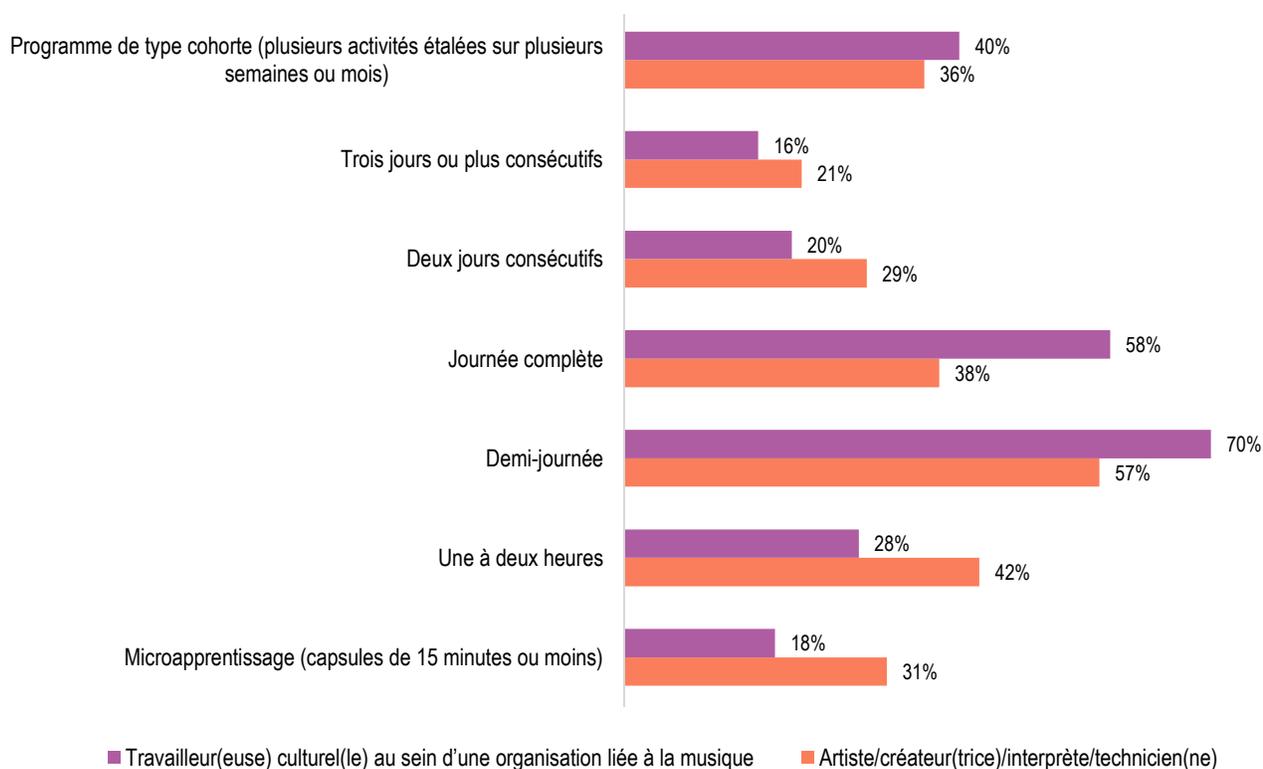


Figure 36. Durées de formation qui répondent le mieux aux besoins ou à la réalité des artistes/créateur(trice)s/interprètes (N = 335) et des travailleur(euse)s culturel(le)s (N = 50) (plusieurs réponses possibles)

## 6.4 MOMENT SOUHAITÉ POUR LA DIFFUSION DES FORMATIONS

La Figure 37 montre qu'il n'y a aucun moment dans la semaine qui fait l'unanimité pour suivre une formation. Cette situation reflète la diversité de réalité et des attentes des travailleur(euse)s de la Chaîne Musique. Les formations offertes les fins de semaine, les soirs et les midis semblent néanmoins moins populaires de l'avis des répondant(e)s. Les travailleur(euse)s culturel(le)s semblent avoir une préférence plus marquée pour les formations offertes la semaine (55 %), qu'elles soient l'après-midi (54 %) ou le matin (54 %). Quant aux artistes/créateur(trices)/interprètes, ils privilégient significativement davantage les activités diffusées les soirs et les fins de semaine.

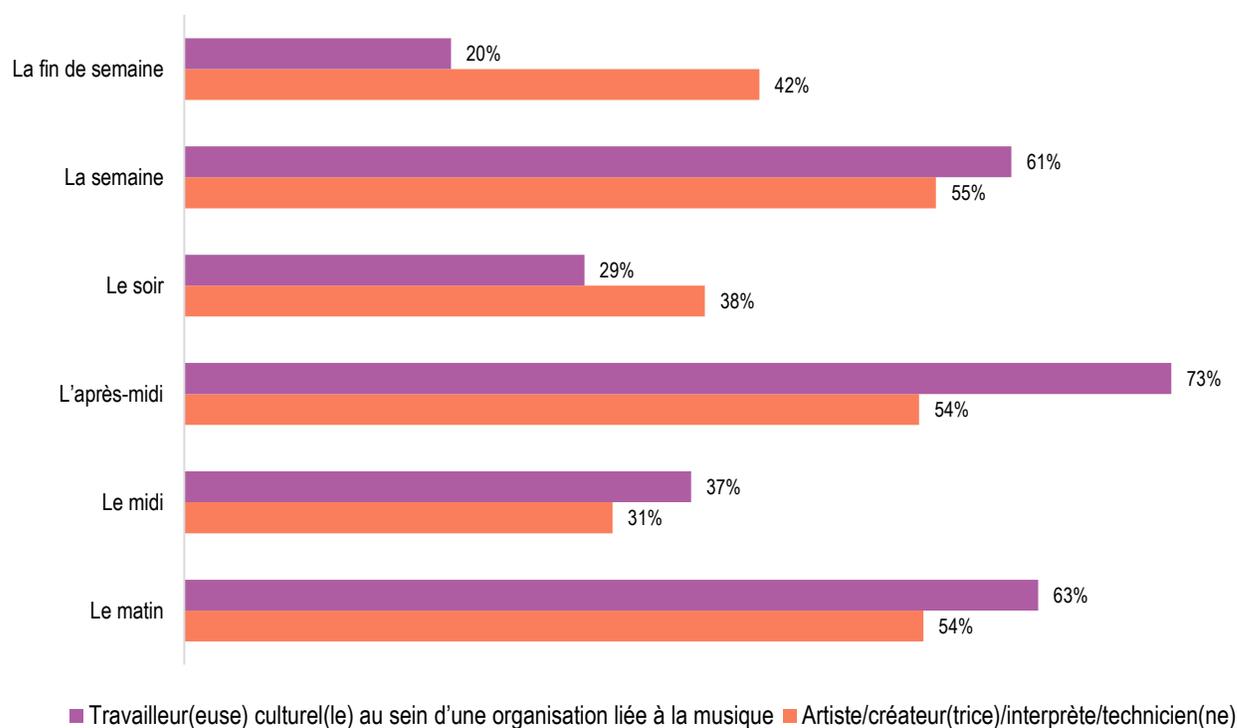


Figure 37. Moments préférables pour participer à une activité de formation selon les artistes/créateur(trice)s/interprètes (N = 324) et les travailleur(euse)s culturel(le)s (N = 51) (plusieurs réponses possibles)

Il est à noter que 23 % des répondant(e)s, soit 88 personnes, ont sélectionné un seul moment souhaité pour la diffusion des formations et aucun d'entre eux n'a indiqué que le matin constituait un bon moment. Les autres réponses uniques comme moment souhaité étaient malheureusement très diversifiées.

## 6.5 CONTRAINTES DE L'OFFRE DE FORMATION PERÇUES PAR LES RÉPONDANTS

Les principales contraintes de l'offre actuelle de formation ont été examinées à la fois sous l'angle des régions, ainsi que sous l'angle de la catégorie de poste et du nombre de formations suivies dans les deux dernières années, en vue d'identifier si les contraintes variaient selon ces critères. La Figure 38 met en évidence les deux contraintes suivantes comme étant les plus importantes pour l'ensemble des travailleurs(euses) de la Chaîne Musique.



Pour toutes les autres contraintes, nous observons qu'elles varient grandement entre les différentes catégories de métiers dans l'industrie. À ce titre, les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s relèvent la méconnaissance de l'offre de formation comme une contrainte particulièrement importante alors que 38 % des répondant[e]s de ce groupe l'ont sélectionnée. De leur côté, un tiers des travailleur(euse)s culturel(le)s considère le fait que le contenu soit trop générique et non adapté à l'industrie de la musique est une contrainte importante. De façon semblable, plus du tiers d'entre eux (elles) croient que les niveaux de maîtrise sont considérés trop débutants et que les méthodes d'enseignement sont inadaptées (manque de pratique).

Cette figure met également de l'avant que les travailleur(euse)s culturel(le)s relèvent davantage de contraintes à l'offre de formation actuelle que ne le font les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s. Il est à noter que le manque de connaissance au regard de l'offre de formation, soulevé par plus du tiers des répondants, concorde avec le fait que près de la moitié des répondant(e)s (particulièrement pour les artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s) indique ne pas avoir suivi de formation continue dans les deux dernières années (voir Tableau 9, p. 29).

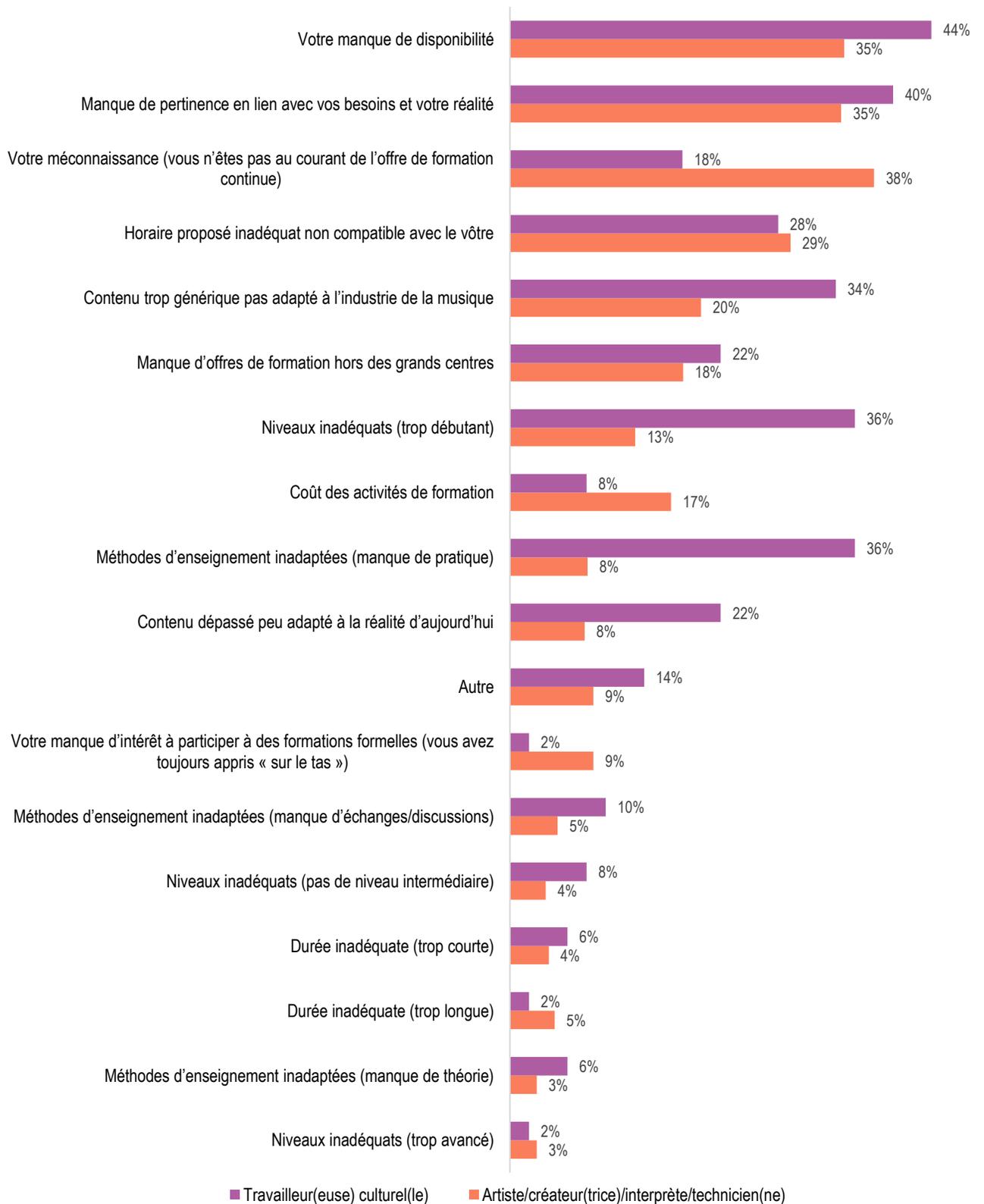


Figure 38. Principales contraintes de l'offre actuelle de formation (plusieurs réponses possibles), selon les artistes/ créateurs(trices)/ interprètes/technicien(ne)s (N = 321) et les travailleur(euse)s culturel(le)s (N = 50)

La Figure 39, pour sa part, met en lumière que les contraintes identifiées par les répondant(e)s varient en fonction de leur région d'appartenance, les répondant(e)s n'habitant pas la région de Montréal ayant souligné le manque d'offres de formation hors des grands centres (40 % des répondant[e]s de la région de la Capitale-Nationale et 38 % des répondant[e]s de l'ensemble des régions, sauf Montréal et Capitale-Nationale).

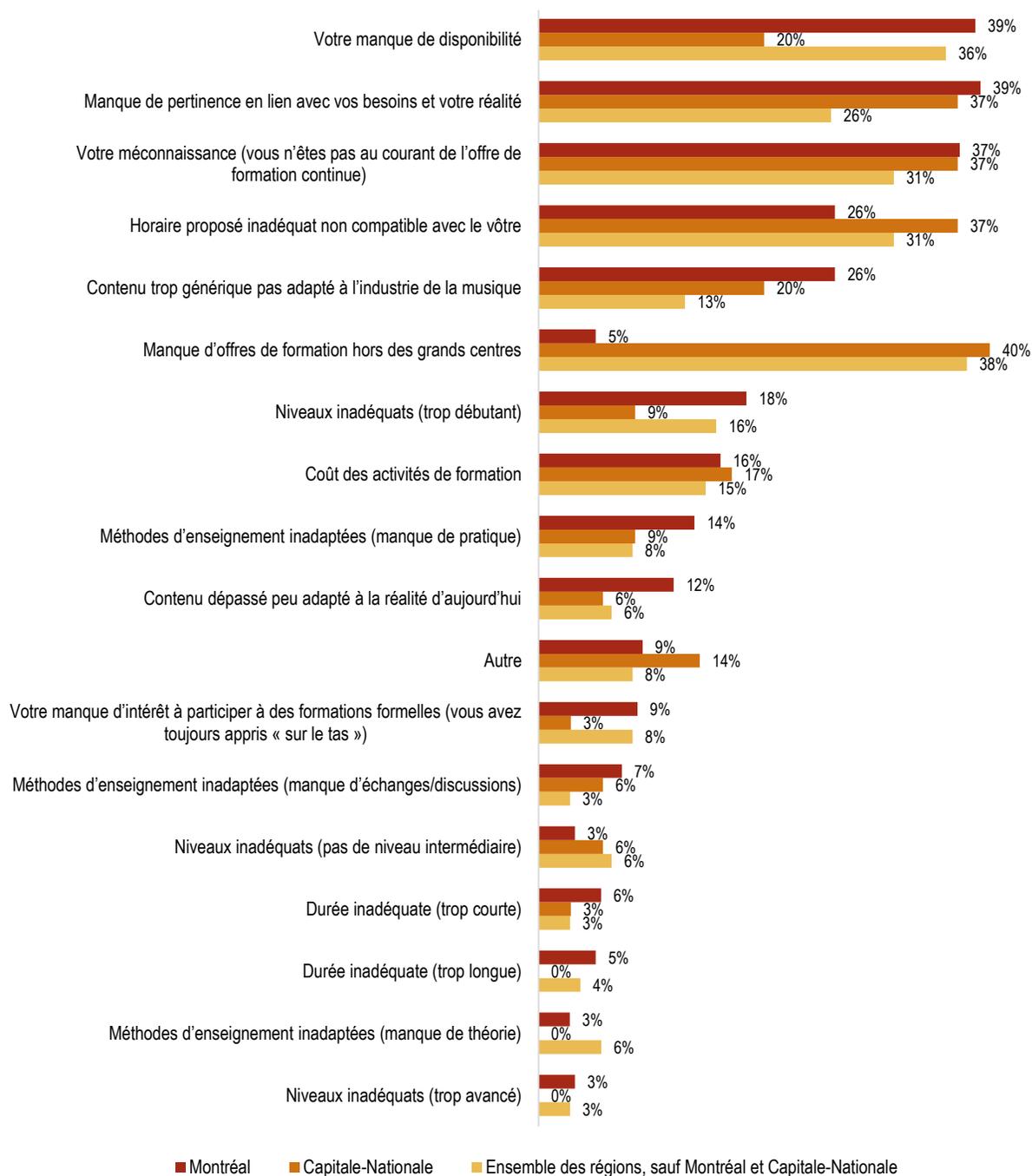


Figure 39. Principales contraintes de l'offre actuelle de formation (plusieurs réponses possibles), selon la région de résidence

Tous = 371 répondants. Montréal = 217. Capitale-Nationale = 35. Ensemble des régions, sauf Montréal et Capitale-Nationale = 108.

Ci-dessous, la Figure 40 illustre une différence significative entre les répondant(e)s ayant suivi au moins une formation dans les deux dernières années, et ceux (celles) ne l'ayant pas fait. C'est donc dire qu'il y a un écart entre la perception au regard de l'offre de formation, et la réalité vécue par les répondant(e)s qui ont participé à des formations. Ainsi, les critiques relatives aux niveaux, durées, et méthodes d'enseignement inadéquates sont soulevées par plus des 2/3 des répondant(e)s ayant suivi une formation dans les deux dernières années, ce qui ne ressort pas comme une contrainte perçue chez les répondant(e)s n'en ayant pas suivi.

La perception que le contenu est générique, pas adapté à l'industrie, pas suffisamment pertinent ou pas d'actualité est toutefois très présente à la fois chez les répondant(e)s ayant suivi une formation dans les deux dernières années, qu'auprès de ceux (celles) n'en ayant pas suivi.

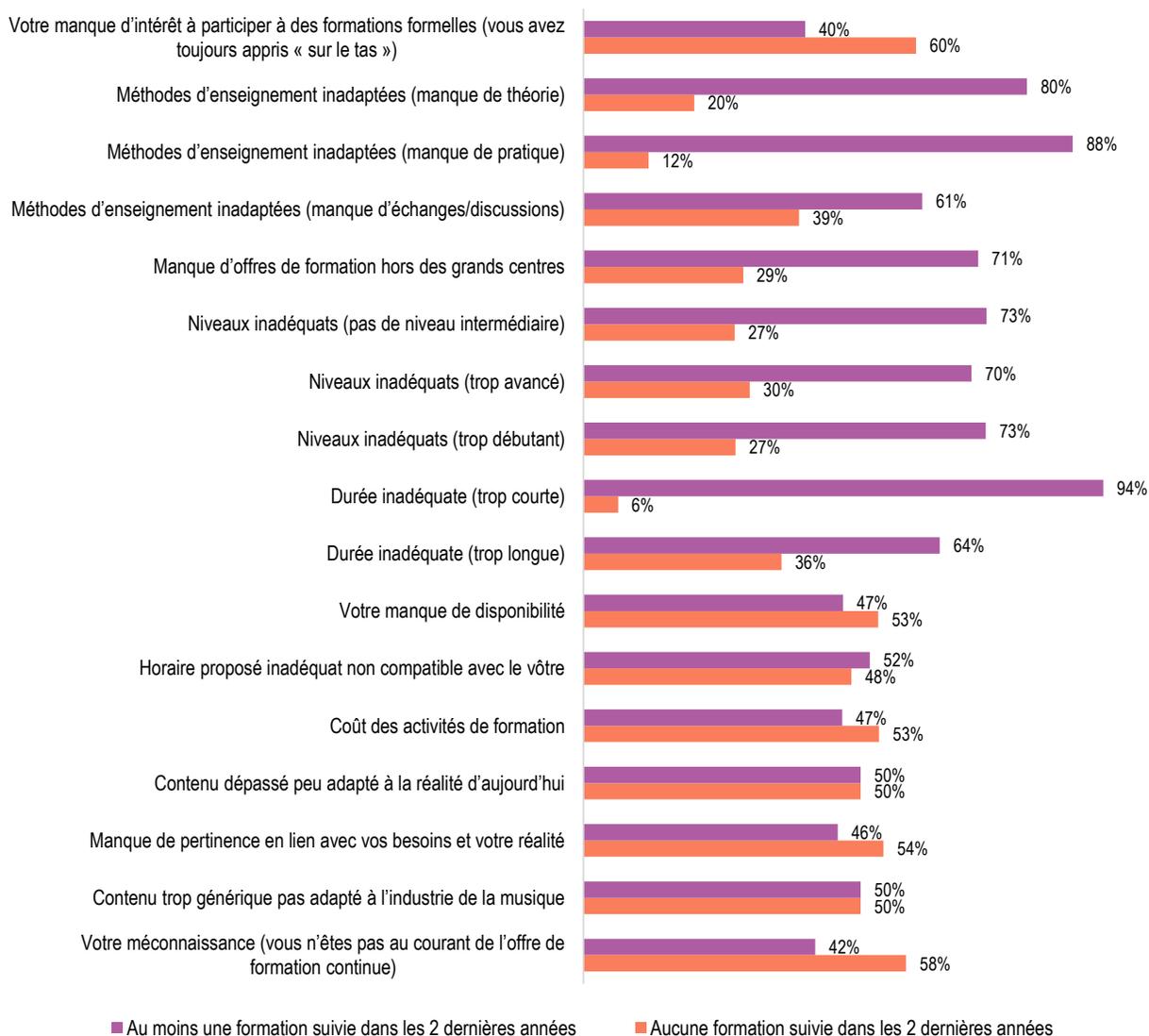


Figure 40. Principales contraintes de l'offre actuelle de formation (plusieurs réponses possibles) selon le nombre de formations suivies dans les deux dernières années

Aucune formation suivie dans les 2 dernières années = 152. Au moins une formation suivie dans les 2 dernières années = 163. N = 315.

Enfin, la Figure 41 met en évidence que l'ancienneté dans l'industrie de la musique semble avoir peu d'impact sur les contraintes perçues à l'offre de formation, les quatre principales contraintes identifiées étant les mêmes pour les trois groupes de répondant(e)s, soit : le manque de disponibilité, la méconnaissance de l'offre de formation, le manque de pertinence de celle-ci, et le fait que les horaires proposés ne soient pas compatibles avec le leur.

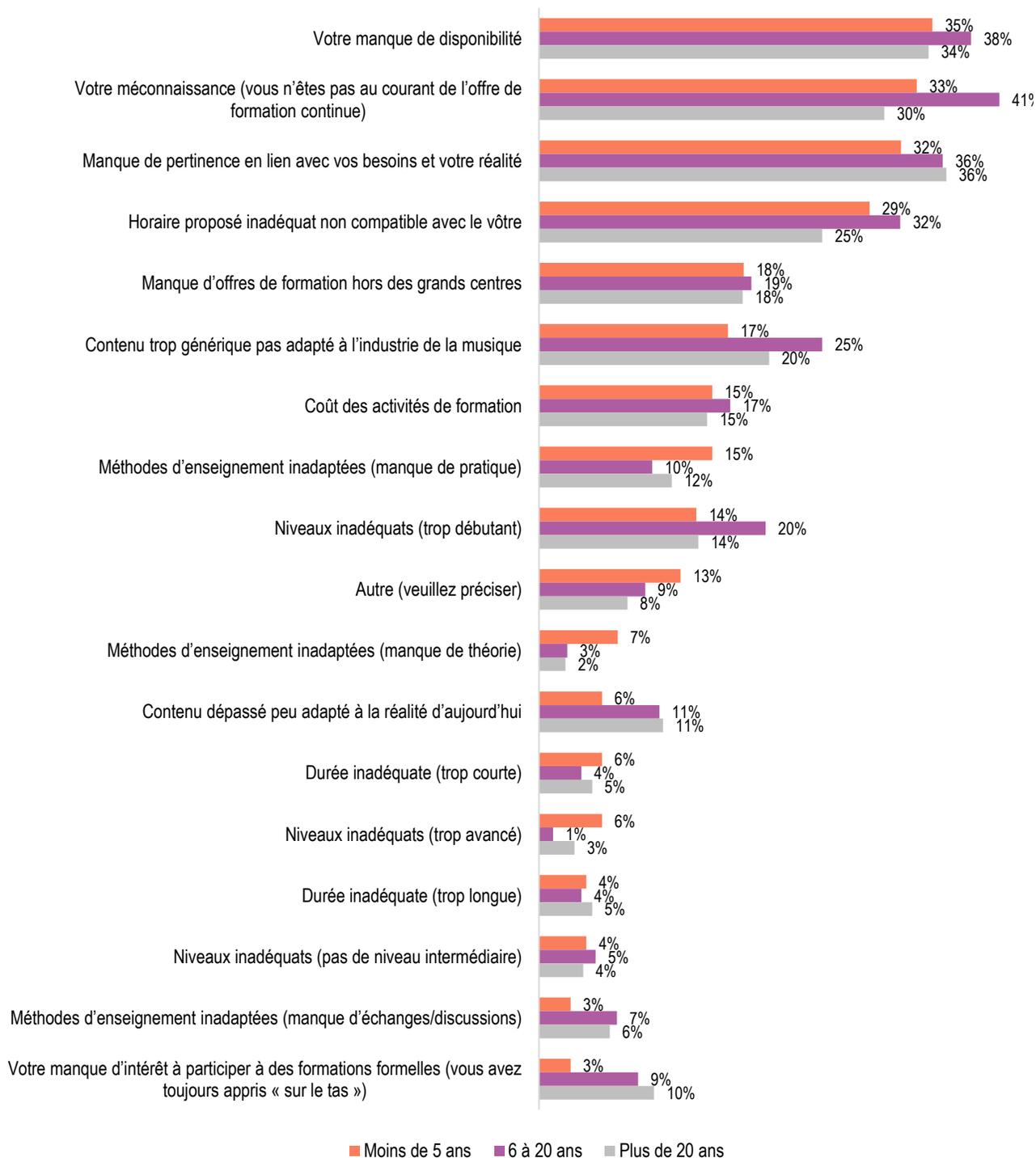


Figure 41. Principales contraintes de l'offre actuelle de formation (plusieurs réponses possibles) selon le nombre d'années d'expérience dans l'industrie.

Moins de 5 ans = 72. 6 à 20 ans = 160. Plus de 20 ans = 128. N = 360.



# 7

## PISTES DE RÉFLEXION

L'étude réalisée a montré que plusieurs transformations sont en cours au sein de la Chaîne Musique, incluant notamment l'intégration du numérique à tous les égards et la présence de plus en plus dominante des multiples services de diffusion de musique sur demande/en continu. Ces transformations amènent une série d'enjeux et de défis pour les acteurs(trices) de la Chaîne Musique et forcent donc à faire évoluer les moyens pour soutenir les artistes et les travailleur(euse)s culturel(le)s.

Plus précisément, l'étude a permis de faire ressortir les besoins importants suivants.

## BESOINS DE FORMATION ISSUS DE LA TRANSFORMATION DE LA CHAÎNE MUSIQUE

- ▶ **Avoir une meilleure compréhension du fonctionnement des nouveaux médias de diffusion et de leurs impacts sur l'ensemble des maillons** de façon à pouvoir y déployer des oeuvres musicales avec succès.
- ▶ **Développer une plus grande maîtrise de la gestion des droits d'auteur** (incluant les modalités contractuelles importantes associées) dans un contexte où les oeuvres musicales, voire l'image de l'artiste, sont utilisées dans des situations variées et complexes (plateformes de diffusion en continu, concerts, enregistrements sonores, productions audiovisuelles, Web, jeux vidéo, etc.).
- ▶ **Identifier des stratégies créatives, efficaces et accessibles pour tirer des revenus décents** dans le contexte de multiplication et d'instabilité des sources et de croissance de la compétition au sein du secteur.
- ▶ **Sensibiliser à l'importance de l'entretien de la santé physique et psychologique** rapidement en début de carrière et identifier des ressources permettant d'offrir ce type de soutien.

Au-delà de ces besoins plus globaux, les participant(e)s à l'étude ont clairement identifié une série de besoins de formation transversaux qui devraient être considérés pour le développement d'une offre de formation visant l'ensemble de la Chaîne Musique. Ces besoins, formulés en termes de compétences, sont en priorité les suivants (les pourcentages représentent le pourcentage des répondant(e)s au sondage ayant sélectionné cette compétence).

## BESOINS DE FORMATION TRANSVERSAUX POUR L'ENSEMBLE DES RÉPONDANTS DE LA CHAÎNE MUSIQUE

- 49 %** | Exploiter les médias sociaux et les outils numériques pour la promotion et la diffusion de contenus artistiques (niveaux intermédiaire et avancé).
- 47 %** | Exercer toutes les fonctions liées à l'autoproduction de façon professionnelle/ établir une crédibilité professionnelle entre l'artiste et la gestion de sa carrière en autoproduction (tous les niveaux, mais principalement intermédiaire).
- 43 %** | Maintenir une bonne gestion financière appliquée à l'industrie de la musique : taxes, acomptes provisionnels, crédits d'impôt et subventions, commandites, bailleurs de fonds, etc. (tous les niveaux, mais principalement intermédiaire).
- 43 %** | Maîtriser la mise en marché dans l'industrie de la musique : exploitation des métadonnées et de l'intelligence d'affaires, stratégies de communication et de marketing, etc. (tous les niveaux, mais principalement intermédiaire).
- 39 %** | Gérer mes droits d'auteur dans l'industrie de la musique : sources et modalités de monétisation, circulation et ventilation des sommes entre les intervenant(e)s, mécanismes de protection, entente de répartition, etc. (niveaux intermédiaire et avancé).
- 39 %** | Évoluer au sein du secteur de la musique : associations et organismes à connaître, rôle et apport des différents métiers du secteur de la création à l'exploitation (niveaux intermédiaire et avancé).

Ces compétences transversales ont été sélectionnées comme étant les plus importantes dans le contexte de l'exercice de leur métier par plus du tiers des répondant(e)s. On pourrait donc s'attendre à ce qu'une offre en ce sens recueille le plus grand volume d'inscriptions. Par ailleurs, la majorité des répondant(e)s a également indiqué que pour chacune de ces compétences, les niveaux souhaités étaient intermédiaire ou avancé. Pour expliquer cette attente, deux hypothèses sont possibles :

- l'offre actuelle de formation couvre déjà les besoins de formation de niveau débutant;
- ou encore, les répondants ont appris par eux-mêmes les notions de base et souhaitent maintenant aller plus loin.

Du côté des besoins de formation plus spécifiques, les résultats sont différents selon les grandes familles de métiers du secteur. L'offre de formation ciblant les artistes/créateurs(trices)/interprètes devrait tenir compte en priorité des compétences suivantes identifiées comme étant les plus importantes par plus du quart d'entre eux (elles) ayant participé à l'étude (409 personnes). Le niveau attendu pour chacune de ces compétences varie grandement et requiert donc le développement d'une offre spécifique adaptée.

## BESOINS DE FORMATION PRINCIPAUX IDENTIFIÉS PAR LES RÉPONDANTS ARTISTES/CRÉATEUR(TRICE)S/INTERPRÈTES

- 46 %** | Développer ma carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs(trices) et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.
- 36 %** | Perfectionner mon instrument, le répertoire ou les techniques propres à mon style musical.
- 35 %** | Prendre soin de sa santé mentale : stratégies pour composer avec l'isolement, l'insécurité, l'abus, le harcèlement, etc.
- 32 %** | Parfaire ma présence scénique.
- 31 %** | Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs(trices) de l'exploitation : compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
- 31 %** | Explorer et intégrer de nouvelles méthodes de création : approches d'écriture différentes, cocréation, etc.
- 30 %** | Parfaire mon interprétation vocale.
- 28 %** | Utiliser de bonnes pratiques pour éviter les blessures dans la pratique du métier : ergonomie, posture, conseils pour la santé physique, etc.
- 26 %** | Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la création et le développement de la musique.

L'offre de formation visant davantage les travailleur(euse)s culturel(le)s devrait quant à elle tenir compte des compétences suivantes sélectionnées comme étant les plus importantes par près de la moitié des 70 répondant(e)s de cette catégorie ayant participé à l'étude. Les répondant(e)s souhaitent majoritairement des niveaux de maîtrise intermédiaire ou avancé pour chaque compétence.

## BESOINS DE FORMATION PRINCIPAUX IDENTIFIÉS PAR LES RÉPONDANTS TRAVAILLEUR(EUSE)S CULTUREL(LE)S

- 50 %** | Développer des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices) : compréhension de leurs réalités et des défis, rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
- 47 %** | Assurer une saine gouvernance d'une organisation culturelle : notions de gouvernance, fonctionnement d'un conseil d'administration, rôles des administrateurs(trices), etc.
- 46 %** | Maximiser la découvrabilité d'un(e) artiste : réseaux et technologies à privilégier, stratégies novatrices et pratiques gagnantes, etc.
- 44 %** | Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la mise en marché et la gestion des oeuvres dans le domaine de la musique.
- 44 %** | Assurer une bonne gestion des ressources humaines dans l'industrie de la musique : règles et lois, bonnes pratiques, employeur(euse)s de choix, etc.

L'étude a également permis d'identifier les principales contraintes perçues à la participation des répondant(e)s aux formations actuellement offertes. Outre le **manque de disponibilité des répondant(e)s** à participer à des activités de formation identifiées par plus de 35 % d'entre eux (elles), les contraintes ayant été sélectionnées par près d'un(e) répondant(e) sur quatre sont les suivantes.

## PRINCIPALES CONTRAINTES À LA PARTICIPATION DES RÉPONDANT(E)S AUX FORMATIONS ACTUELLEMENT OFFERTES

- 35 % | Manque de pertinence en lien avec leurs besoins et leur réalité
- 35 % | Méconnaissance de l'offre de formation continue
- 29 % | Horaire proposé inadéquat – non compatible avec le leur
- 22 % | Contenu trop générique pas adapté à l'industrie de la musique

Deux de ces contraintes, identifiées respectivement par 35 % et 22 % des répondants, sont directement liées au contenu des formations et militent donc pour une remise en question du moins d'une partie de l'offre actuelle. Le manque de disponibilité et les horaires proposés inadéquats amènent plutôt un questionnement sur les formats et le calendrier de l'offre actuelle. À cet égard, aucune plage horaire n'est ressortie comme étant adéquate pour la majorité des répondant(e)s. Aussi, il est donc essentiel que les activités de formation offertes puissent l'être dans une variété de moments dans la semaine pour éventuellement satisfaire à une majorité de participant(e)s. Enfin, comme l'offre actuelle demeure méconnue par plus du tiers des répondant(e)s, il apparaît clairement que des efforts doivent être consacrés à la commercialisation de celle-ci.

Les répondant(e)s se sont également prononcé(e)s sur les formats et les méthodes d'enseignement préconisées dans le cadre d'activités de formation continue. Les résultats ont mis de l'avant que les formats préférés étaient les trois suivants : panels et conférences, classes de maîtres avec différents(es) experts(es) du milieu, formation en salle, et coaching/mentorat individuel. En ce qui concerne les méthodes d'enseignement qui correspondaient le mieux à leurs besoins ou à leur réalité, les répondants ont indiqué préférer les trois méthodes suivantes : discussion/échange structuré(e) sur un sujet, mises en situation fictives ou réelles (cas vécus/expérience terrain) et exercices pratiques. Les résultats obtenus ont aussi mis de l'avant que les artistes/créateurs(trices)/interprètes préfèrent les exercices pratiques, alors que les travailleur(euse)s culturel(le)s préfèrent les discussions/échanges structuré(e)s sur un sujet.

Face à l'ensemble de ces résultats, quelques réflexions sont proposées pour améliorer l'offre globale de formation et ainsi mieux répondre aux besoins des professionnel(le)s du secteur.

## PROPOSITIONS POUR AMÉLIORER L'OFFRE GLOBALE DE FORMATION ET AINSI MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS DES PROFESSIONNEL(LE)S DE L'INDUSTRIE

- ▶ **Développer de nouvelles activités de formation pour répondre aux nombreux besoins prioritaires identifiés.**  
L'étude a permis de faire ressortir un grand nombre de besoins transversaux et spécifiques à chacun des métiers. Les nombreuses organisations offrant de la formation peuvent utiliser cette information pour adapter leur offre en tenant compte des compétences priorisées et des niveaux de maîtrise recherchés et ainsi mieux rejoindre leurs clientèles cibles.
- ▶ **Revoir le contenu des formations offertes en vue d'assurer que les compétences qu'elles visent tiennent compte des transformations** actuellement présentes au sein de la Chaîne Musique et soutiennent de manière pertinente les professionnel(le)s à cet égard. Cette piste est particulièrement importante, considérant la perception exprimée par plus du tiers des répondant(e)s que les formations offertes manquent de pertinence avec les besoins ou la réalité, ou que leur contenu est trop générique.
- ▶ **Identifier de nouvelles stratégies pour faire connaître davantage l'offre de formation continue**, principalement auprès des artistes/créateurs(trices)/interprètes/technicien(ne)s, dont plus du tiers des répondant(e)s a indiqué avoir une mauvaise connaissance de l'offre de formation. La manière dont les professionnel(le)s de la Chaîne Musique entendent parler des formations (ex. : médias sociaux, bouche-à-oreille, courriels, etc.) gagne à être connue en vue d'identifier ces nouvelles stratégies.
- ▶ **Actualiser les moyens de mise en marché des formations continues**, notamment dans le choix des mots utilisés pour les décrire, dans la description des objectifs d'apprentissage, dans la clientèle à laquelle la formation s'adresse (ex. : débutant ou avancé), en vue de contourner la perception que les formations offertes manquent de pertinence avec les besoins ou la réalité, ou que leur contenu est trop générique. Les tableaux des données qualitatives, présentés à la Section 5, pourraient nourrir la réflexion à cet effet. S'assurer également que la promotion des activités fait ressortir la méthode d'enseignement qui sera utilisée (ex. : exercices pratiques).

- ▶ **Diversifier les horaires et les durées des activités de formation** pour rejoindre un maximum de participant(e)s. L'étude démontre que la réalité des professionnel(le)s de la Chaîne Musique est très variée et qu'il est donc préférable que l'offre de formation continue s'y adapte, et ce, autant en termes d'horaire (ex. : matin, midi, après-midi, soir et fin de semaine) que de durée (ex. : microapprentissage, demi-journée et jours consécutifs).
  
- ▶ **Varier les formats et les méthodes d'apprentissage préconisés.** Il va de soi que le choix des formats et des méthodes demeure grandement influencé par la nature et le niveau de la compétence à développer. L'étude démontre néanmoins que les trois formats qui demeurent les plus populaires sont les formations en salle, les panels/conférences/classes de maîtres et le coaching/mentorat individuel. Quant aux méthodes d'apprentissage les plus populaires sont les discussions/échanges structuré(e)s sur un sujet, les mises en situation fictives ou réelles (cas vécus/expériences terrain) et les exercices pratiques.



# ANNEXE 1

## BIBLIOGRAPHIE ET RÉFÉRENCES

### ÉTUDES RÉCENTES RÉALISÉES EN LIEN AVEC LA CHAÎNE MUSIQUE

ADISQ. (février 2017). *État des lieux de l'industrie québécoise de la musique*, repéré à [https://adisq.com/medias/pdf/fr/Etat\\_des\\_lieux\\_fev\\_2017.pdf](https://adisq.com/medias/pdf/fr/Etat_des_lieux_fev_2017.pdf)

Analyse de métier et profession. Metteur en scène et assistant metteur en scène (CQRHC, 2000)

Analyse de métier et profession. Régisseur (CQRHC, 2001)

Analyse des besoins en formation continue pour les auteurs de chansons et les compositeurs (CQRHC-SPACQ, 2007)

Association des professionnels de l'édition musicale (APEM). *L'édition musicale*. Repéré à <https://www.apem.ca/quest-ce-que-ledition-musicale>

BLAIS-POULIN, Charles-Éric (19 avril 2017). « L'envers de la scène », LA PRESSE, repéré à <https://www.lapresse.ca/arts/musique/201704/19/01-5089791-lenvers-de-la-scene.php>

Charte de compétences du technicien, de la technicienne en automation (CRHSC, 2006)

Charte de compétences. Agent/agent(e) de spectacles – Production de spectacles (CRHSC, 2008)

Charte de compétences. Développement, mise en marché et distribution dans l'industrie de la musique (CRHSC, 2008)

Charte de compétences. Diffuseur de spectacles (CRHSC, 2007)

Charte de compétences. Édition musicale (CRHSC, 2007)

Charte de compétences. Gérante, gérant d'artistes dans le domaine de la musique (CRHSC, 2006)

Charte de compétences. Gréeurs, gréieuses de spectacles (CRHSC, 2007)

Charte de compétences. Les gestionnaires culturels (CRHSC, 2005)

Charte de compétences. Réalisation d'enregistrements sonores (CRHSC, 2008)

Charte de compétences. Technicienne, technicien de scène – Machiniste (CRHSC, 2006)

COMPÉTENCE CULTURE (juin 2018). *Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, repéré à [https://competenceculture.ca/\\_documentation/etudes-et-diagnostics/](https://competenceculture.ca/_documentation/etudes-et-diagnostics/)

*Diagnostic des besoins de formation continue du groupe professionnel des chanteurs et choristes du milieu des variétés* (Compétence Culture-UDA, 2015)

*Diagnostic des besoins de formation continue pour les artistes du domaine des arts lyriques* (Compétence Culture-UDA, 2014)

*Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel* (Compétence Culture, 2018) incluant le *Sommaire du diagnostic et la description des 37 enjeux de développement de compétences*

*Diagnostic des ressources humaines du secteur culturel au Québec 2018-2021*, (juin 2018). Tableau 4, p. 50

*Dictionnaire de compétences en gestion, production et diffusion des arts de la scène et Guide d'utilisation à l'intention des organisations des arts du cirque, de la danse, de la musique et du théâtre* (CQRHC, 2000)

*État des lieux du patrimoine immatériel. Les traditions culturelles du Québec en chiffres* (CQPV, 2016)

*Étude des besoins et d'impacts des activités de formation – Musique* (CQRHC-CQM, 2014)  
Page 125

*Étude diagnostique sur les ressources humaines du secteur du disque et du spectacle au Québec et sur les besoins des entreprises de ce secteur en matière de professionnalisation* (CQRHC-ADISQ, 2002)

*Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*

GLADEL, Cecile (30 octobre 2019). *Voici comment Spotify rémunère les artistes*, Radio-Canada, repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1368391/paiements-droits-spotify-apple-music-pierre-lapointe>

*Glossaire des termes utilisés en gréage de spectacles* (CQRHC, 2010)

JOHNSON, Maxime (août 2019). « Six services de musique en ligne comparés », *Protégez-vous*, repéré à <https://www.protegez-vous.ca/technologie/technologie-musiqueenligne>

LEMAY, François (27 mai 2019). *Le milieu musical : difficile pour la santé mentale*, Ici Radio-Canada Musique, repéré à <https://www.icimusique.ca/articles/21228/milieu-musical-difficile-sante-mentale>

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2017). *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 118 p., [En ligne]. [[www.stat.gouv.qc.ca/observatoire](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire)].

*Producteur/productrice de spectacles de musique et de variétés. Charte de compétences* (CQRHC-CRHSC, 2010)

*Production d'événements culturels. Étude des besoins en formation artistique* (MEQ, 2003)

*Production scénique. Conception, gestion et techniques de scène. Étude de besoins de formation* (MELS, 2007)

Radio-Canada. (29 octobre 2019). *Des artistes s'élèvent contre les géants du Web*, repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1366147/musique-artistes-chanteurs-redevances-impots>

*Représentation d'artistes. Agentes, agents, gérantes, gérants. Étude de besoins en formation artistique (MEQ, 2002)*

Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien. Repérée à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>

Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien. Repérée à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>

Wall Communications Inc. (2019). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*, Étude commandée par le ministère du Patrimoine canadien, repérée à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>



# ANNEXE 2

## MÉTHODOLOGIE DES TABLES RONDES

### LISTE DES PARTICIPANTS AUX TABLES RONDES

#### TABLE DU 28 MAI

1. Jacynthe Plamondon-Emond
2. Christian Lamy
3. Roseline Rousseau-Gagnon
4. Joelle Robillard
5. Marie-Eve Rochon
6. Pascale Préfontaine
7. David Bussières
8. Dorothée Parent-Roy
9. Alixe HD

#### TABLE DU 29 MAI

1. Sébastien Charest
2. Chantal Lambert
3. Martin Léon
4. Jade Bruneau
5. France d'Amour
6. Sarah Morasse
7. Anne-Marie Gros-Louis Houle  
de Musique Nomade
8. Catherine Leduc de Tricot Machine

### LISTE DES QUESTIONS DE DISCUSSION DES TABLES RONDES

1. Dans les prochaines années, quels seront les principaux défis auxquels la Chaîne Musique sera confrontée?
2. Quels sont les principaux défis que devront relever les professionnels de la Chaîne Musique?
  - Dans ce contexte, quelles sont les compétences clés à maîtriser ou à développer?
  - Comment l'offre de formation actuelle permet d'adresser (ou non) l'évolution des besoins en formation?
3. Quels sont les métiers actuellement en pénurie dans votre maillon?
  - Qu'est-ce qui explique cette pénurie?
  - Y a-t-il des enjeux de formation ou d'expertise en lien avec ces métiers?
4. Quelles sont les compétences clés pour ces métiers?
  - Comment la formation pourrait-elle aider à faire face à la pénurie?
5. Quels sont les métiers actuellement en émergence/en transformation dans votre maillon?
  - Quelles sont les nouvelles compétences clés pour ces métiers?
  - Comment l'offre de formation actuelle peut-elle soutenir (ou non) les métiers en transformation et en émergence?

6. Quelles sont les compétences génériques à renforcer en priorité pour la Chaîne Musique/ pour votre maillon?
- Compétences techniques (savoir-faire) et non techniques (savoir-être).
  - Quelles sont les trois compétences génériques prioritaires à renforcer pour la Chaîne Musique/votre chaînon?
  - Comment les programmes de formation actuels soutiennent-ils (ou pas) le développement de ces compétences?
7. Quelles sont les compétences spécifiques à renforcer en priorité pour chacun des métiers (voir liste des catégories de métiers)?
- Compétences techniques (savoir-faire) (ex. : numérique).  
- Est-ce les programmes de formation actuels soutiennent le développement adéquat de ces compétences? Qu'est-ce qui pourrait être fait de plus?
  - Compétences non techniques (savoir-être) (ex. : collaboration).  
- Est-ce que les programmes de formation actuels soutiennent le développement adéquat de ces compétences? Qu'est-ce qui pourrait être fait de plus?

#### Liste des catégories de métiers

##### Exploitation

- Agents d'artistes et gérants d'artistes.
- Éditeurs.
- Producteurs d'enregistrement sonore.
- Producteurs et agents de spectacles.
- Maisons de disques.
- Distributeurs.
- Organisateur d'événements musicaux et diffuseurs de spectacles.
- Autoproducteurs.

##### Création

- Paroliers.
- Compositeurs.
- Interprètes (chanteurs, musiciens, instrumentistes).
- Metteurs en scène et assistants.
- Fonction recherche (de répertoires – en musique traditionnelle).
- Directeur artistique.
- Réalisateurs (enregistrement sonore).
- Autoproducteurs.

8. Quels sont les avantages et les limites de l'offre de formation actuelle?
- Les trois grandes forces? Les trois aspects limitatifs?
9. Quels sont les besoins qui ne sont pas couverts par l'offre de formation actuelle et qui devraient l'être? Ou le sont partiellement?
- Quelles sont les compétences indispensables à ajouter à l'offre de formation?
  - Quels sont les métiers qui ont le plus besoin de formation?
  - Quels sont les principaux leviers lorsque vient le temps de suivre des formations?
  - Quels sont les principaux freins rencontrés lorsque vient le temps de suivre des formations?
10. Quels sont les moyens à privilégier pour favoriser l'apprentissage des professionnels de votre secteur?

# ANNEXE 3

## MÉTHODOLOGIE DES GROUPES DE DISCUSSION ET DES ENTREVUES INDIVIDUELLES

### A. MÉTHODOLOGIE DES GROUPES DE DISCUSSION

#### LISTE DES PARTICIPANTS AUX GROUPES DE DISCUSSION

##### **Groupe de discussion : Carrière et visibilité (24 septembre 2019, 9 h à 12 h)**

- Jean-François Denis – APEM – éditeur, producteur, communications
- Jean-Robert Bisaillon – Espaces temps, formateur et chercheur
- Roseline Rousseau-Gagnon – Dare to Care, coordonnatrice éditions, VP Apem
- Jean-Pierre Drapeau – Gérant et producteur du chanteur Étienne Drapeau
- Gina Brault – Impresaria, gérante, *booking* (agente de programmation)
- Fanny Crépin – Supercool management - Gérante
- Marie-Catherine Lapointe – Boulev'art – Agente d'artistes
- Nathalie Leduc – Compétence culture
- Geneviève Héroux, ADN, ADISQ

##### **Groupe de discussion : Spectacle (24 septembre 2019, 14 h à 17 h)**

- Alain Chartrand, DG de Coup de Coeur Francophone (AC)
- Sabrina Cousineau, Directrice Spectacles, Dare to Care
- David Laferrrière, diffuseur Théâtre Gilles Vigneault
- Steve Marcoux, diffuseur, Commotion (dont Festival Level Up à Laval sur le Hip Hop)
- Fred Poulin, Ambiances Ambigues, producteur disques et spectacles
- Marie-Julie Desrochers, ADISQ
- Nathalie Leduc – Compétence culture

##### **Groupe de discussion : Composition (25 septembre 2019, 9 h à 12 h)**

- Diana Cotoman, compositrice, violoniste, CQM
- Robert Ingari, compositeur, professeur, Université de Sherbrooke
- Katia Makdissi-Warren, compositrice
- Marie-Claire Saindon, compositrice
- Claude Gilet, formateur, coach
- Marie-Gisèle Essiambre, artiste, auteur, compositeur, interprète
- François Roy, auteur, compositeur, interprète, (producteur)
- Kevin Parent, auteur-compositeur-interprète
- Louis Desjarlais, compositeur, choriste

**Groupe de discussion : Interprètes (25 septembre 2019, 14 h à 17 h)**

- Marie-Claude Arpin, chanteuse lyrique
- Lévy Bourbonnais, musicien (harmoniciste), coordonnateur, enseignant
- Paule-Andrée Cassidy, auteure-compositrice-interprète et formatrice Ampli de Québec
- Nicolas Cousineau, violoncelliste
- Étienne Drapeau, auteur-compositeur-interprète
- Gaële, chanteuse et auteure-compositrice-interprète
- Mélodie Rabatel, cheffe de chœur
- Bruno Robitaille, DG, École nationale de la chanson de Granby
- Vincent Séguin, percussionniste
- Pierre Blanchet, directeur des communications et services aux membres UDA
- Nathalie Leduc – Compétence culture

**Groupe de discussion : Enregistrement sonore (26 septembre 2019, 9 h à 12 h)**

- Jean-François Denis, APEM, producteur, éditeur musical, Empreinte Digital.
- Martin Véronneau
- Nathalie Corbeil, attachée de presse, agente de promotion, Nat Corbeil.
- François Bissoindoyal, producteur maison de disques, producteur de spectacles.
- Georges Tremblay, musique tech. Landr audio inc.
- Julie M. Fournier, producteur, maison disques, musique classique, Analekta.
- Nicolas Leroux, distributeur, Propagande.
- Shanti Loiselle, agence Web, Collaboration spéciale.
- Marie-Julie Desrochers, ADISQ

**Groupe de discussion : Direction artistique (26 septembre 2019, 14 h à 17 h)**

- Roseline Blain, Cheffe de chœur et pianiste, membre de l'Alliance Chorale
- Tiphaine Legrand, cheffe de chœur, formatrice pour professeurs d'écoles (Gatineau) médiatrice entre compositeur et chorales; Membre de l'Alliance Chorale
- Jean-Marc Ravatel, directeur général, Centre Culturel Espace 7000 (directeur artistique et diffuseur) fait tous les métiers côté technique sauf éclairagiste
- Alexis Raynault, codirecteur artistique et DG, Productions Ballet, Opéra, Pantomine BOP incluant des comédies musicales, musicologue, compositeur
- Johanne Ross, cheffe de chœur, pianiste, membre de L'Alliance Chorale
- Nathalie Leduc – Compétence culture

## LISTE DES QUESTIONS DES GROUPES DE DISCUSSION

1. Quelles sont les compétences spécifiques à renforcer en priorité pour notre groupe ?
2. Quelles sont les compétences spécifiques à renforcer en priorité pour votre métier ?
  - Compétences techniques (savoir-faire) (ex. : numérique).
3. Est-ce que les programmes de formation actuels soutiennent le développement adéquat de ces compétences? Qu'est-ce qui pourrait être fait de plus?
  - Compétences non techniques (savoir-être) (ex. : collaboration).
4. Est-ce que les programmes de formation actuels soutiennent le développement adéquat de ces compétences? Qu'est-ce qui pourrait être fait de plus?
  - Y a-t-il certains métiers très spécifiques qui nécessitent des compétences particulières?
  - Quels sont les besoins qui ne sont pas couverts par l'offre de formation actuelle et qui devraient l'être? Ou le sont partiellement?
  - En fonction des compétences priorisées, quels seraient les moyens/formats à privilégier pour les développer?
    - Format (en présentiel, miniparcours, en salle, en virtuel, capsules vidéo, etc.).
    - Durée
    - Formateur/expert
    - Moment (saison, jour/soir, etc.)
    - Stratégies d'apprentissage
5. Quels sont les principaux freins rencontrés lorsque vient le temps de suivre des formations?
6. Quels sont les principaux leviers lorsque vient le temps de suivre des formations?
7. Que connaissez-vous de l'offre actuelle?
  - Quels sont les principaux diffuseurs de formation?
  - À quoi avez-vous déjà participé?
  - Qu'en pensez-vous?

## B. MÉTHODOLOGIE DES ENTREVUES INDIVIDUELLES

### LISTE DES PARTICIPANTS AUX ENTREVUES INDIVIDUELLES

#### Groupe de discussion : Carrière et visibilité (24 septembre 2019, 9 h à 12 h)

- Samian, artiste
- Lucie Cauchon, artiste (comédies musicales)
- Julien Bidar, édition et gérance d'artistes (musique traditionnelle)
- Marie-Pierre Foucault, musique traditionnelle

### CANEVAS DES ENTREVUES INDIVIDUELLES

#### Introduction

Bonjour,

Tout d'abord, merci d'avoir accepté de participer à la consultation de Compétence Culture portant sur les besoins en formation continue des métiers spécifiques au domaine de la Musique.

Avez-vous toujours entre 15 et 30 minutes disponibles?

#### But de la démarche :

Votre participation permettra de développer une offre de formation encore plus adaptée aux besoins des travailleurs, travailleuses et artistes du domaine de la musique. Le comité qui pilote l'étude (composé notamment de représentant(e)s de l'ADISQ, de l'UDA, de l'APEM, de la Guide des musiciens musiciennes, de la SPACQ, du Conseil québécois de la musique, du Conseil québécois du patrimoine vivant, etc.) pense que par votre vision et votre connaissance du milieu de la musique, votre point de vue serait des plus pertinents. **Compétence Culture a besoin de plus de points de vue en ce qui concerne la musique traditionnelle. C'est pourquoi ils se sont adressés à vous.**

#### Objectif de l'entrevue :

Cette entrevue téléphonique a comme but de discuter de votre vision et vos observations quant aux enjeux et aux défis de qui pourraient avoir un impact sur les ressources humaines du secteur de la musique en ce qui concerne les compétences.

## QUESTIONS

1. Enjeux du métier
  - Quel est votre métier?
  - Quels sont des enjeux que vous observez spécifiquement dans votre domaine/dans votre métier?
  - Quels enjeux sont communs selon vous avec les enjeux du secteur de la musique? Lesquels se distinguent?
2. Quelles sont les compétences clés à développer selon vous compte tenu de ces enjeux?
3. De quelle manière la formation continue pourrait-elle répondre aux enjeux dont nous venons de discuter?
  - Quels sont les besoins qui ne sont pas couverts par l'offre de formation actuelle et qui devraient l'être?
  - Qu'est-ce qui existe en ce moment qui répond bien aux besoins?
4. Quel serait LE titre du cours que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?
  - Qu'est-ce qui l'explique?
5. Quel serait le titre ou le sujet du cours auquel vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?
  - Qu'est-ce qui l'explique?
6. Quelles sont des contraintes existantes à votre participation à des activités de formation?
7. Quel serait le format privilégié afin que vous participiez (en salle, en virtuel, etc.)?

Un immense merci pour votre participation!

Si vous avez des questions par rapport aux suites et à la démarche, n'hésitez pas à entrer en communication avec Pascale Landry, directrice générale de Compétence Culture au 514.499-3456, poste 225 ou [pascale.landry@competenceculture.ca](mailto:pascale.landry@competenceculture.ca)



# ANNEXE 4

## MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE EN LIGNE

### MESSAGE D'INTRODUCTION DU SONDAGE

Compétence Culture, le comité sectoriel de main-d'oeuvre (CSMO) en culture, travaille actuellement à la réalisation d'une étude sur les besoins en formation continue au sein de la chaîne création Musique avec les membres de la Chaîne Musique, soit l'Alliance internationale des employés de scène, de théâtre, et de cinéma des États-Unis de ses territoires et du Canada (AIEST) (sections locales 56, 523), l'Association des professionnels des arts de la scène (APASQ), l'Association professionnelle de l'édition musicale (APEM), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), le Centre québécois de l'Institut canadien des technologies scénographiques (CQICTS), le Conseil québécois de la musique (CQM), le Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV), la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ), le Regroupement indépendant des diffuseurs artistiques unis (RIDEAU), la Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Union des artistes (UDA).

Merci de contribuer à la réalisation de cette étude sur les besoins en formation continue au sein de la chaîne création Musique de Compétence Culture, le comité sectoriel de main-d'oeuvre (CSMO) en culture.

Ce sondage a été élaboré conjointement par Compétence Culture, les associations et les regroupements membres de la Chaîne Musique et Alia Conseil, la firme mandatée pour réaliser l'analyse de besoin.

Soyez assuré(e) que toute l'information recueillie par ce sondage sera traitée uniquement par Alia Conseil de manière anonyme. En aucun cas, dans le rapport d'analyse et dans la remise des résultats, il ne sera possible d'associer des personnes spécifiques à des résultats. Les résultats seront présentés globalement et selon certains sous-groupes, dans la mesure où il y a un nombre suffisant de répondants (sept répondants et plus).

Sachez que si vous n'êtes pas en mesure de terminer le sondage en une seule séance, vous pourrez y retourner ultérieurement en utilisant le même ordinateur, jusqu'à la **date limite du dimanche 8 décembre**. Il est possible de répondre au sondage 24 h/24, 7 jours/7. Veuillez compter de 10 à 15 minutes pour y répondre.

## LISTE DES QUESTIONS DU SONDAGE

1. Sélectionnez votre réponse.
  - Artiste/créateur(trice)/interprète/technicien(ne)
  - Travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique
2. Sélectionnez votre métier, c'est-à-dire votre fonction principale exercée dans le domaine de la musique.

### Embranchement A : Artiste/ créateur(trice)/interprète

#### 1.1 Métier

- Autoprodacteur(trice)
- Assistant(e) metteur(euse) en scène
- Auteur(e) compositeur(trice)
  - Country/western
  - Enfants/jeunesse
  - Hip-hop/rap
  - Jazz et blues
  - Musique actuelle/musique contemporaine
  - Musique classique
  - Musique traditionnelle
  - Musiques du monde
  - Pop
  - Rock
  - Trames sonores
  - Urban/électronique/danse
  - Autres
- Directeur(trice) artistique
- Interprète (chanteur[euse], musicien[ne], instrumentiste)
  - Country/western
  - Enfants/jeunesse
  - Hip-hop/rap
  - Jazz et blues
  - Musique actuelle/musique contemporaine
  - Musique classique
  - Musique traditionnelle
  - Musiques du monde
  - Pop
  - Rock
  - Trames sonores
  - Urban/électronique/danse
  - Autres
- Metteur(euse) en scène
- Professeur(e)/enseignant(e)/chercheur(euse)

### Embranchement B : Travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique

#### 1.2 Métier

- Agent(e) d'artistes
- Agent(e) de spectacles
- Éditeur(trice) musical(e)
- Diffuseur de spectacles
- Distributeur(trice)
- Gérant(e) d'artistes
- Métier lié à la production
- Métier lié à l'administration
- Métier lié aux finances et au financement
- Métier lié aux communications/  
marketing
- Métier lié à la promotion/mise en  
marché
- Métier lié à la gestion des ressources  
humaines
- Organisateur(trice) d'événements  
musicaux
- Pisteur(euse) radio
- Producteur(trice) d'enregistrements  
sonores
- Producteur(trice) de spectacles
- Professeur(e)/enseignant(e)/  
chercheur(euse)
- Réalisateur(trice) d'enregistrements  
sonores
- Autre (précisez) : \_\_\_\_\_

3. Parmi les compétences suivantes, quelles sont, selon vous, celles qui gagneraient à être développées ou perfectionnées pour exercer votre métier? Veuillez choisir un maximum de cinq compétences.

#### **Embranchement A : Artiste/créateur(trice)/interprète**

- Développer ma carrière au sein du secteur de la musique : facteurs clés de succès, acteurs et leviers pour me développer, pratiques de réseautage, etc.
- Développer des relations d'affaires productives avec les acteurs de l'exploitation : compréhension des rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
- Explorer et intégrer de nouvelles méthodes de création : approches d'écriture différentes, cocréation, etc.
- Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la création et le développement de la musique. Indiquez lesquelles?
- Perfectionner mon instrument, le répertoire ou les techniques propres à mon style musical. Indiquez lequel?
- Connaître l'histoire et l'évolution de mon style musical, incluant les fonds d'archives.
- Utiliser de bonnes pratiques pour éviter les blessures dans la pratique du métier : ergonomie, posture, conseils pour la santé physique, etc.
- Prendre soin de sa santé mentale : stratégies pour composer avec l'isolement, l'insécurité, l'abus, le harcèlement, etc.

#### **Embranchement B : Travailleur(euse) culturel(le) au sein d'une organisation liée à la musique**

- Développer des relations d'affaires productives avec les artistes et les créateurs(trices) : compréhension de leurs réalités et des défis, rôles, intérêts et attentes, ententes commerciales, etc.
- Assurer une saine gouvernance d'une organisation culturelle : notions de gouvernance, fonctionnement d'un conseil d'administration, rôles des administrateurs, etc.
- Maximiser la découvrabilité d'un(e) artiste : réseaux et technologies à privilégier, stratégies novatrices et pratiques gagnantes, etc.
- Maîtriser les nouvelles technologies permettant de soutenir la mise en marché et la gestion des oeuvres dans le domaine de la musique. Indiquez lesquelles?
- Assurer une bonne gestion des ressources humaines dans l'industrie de la musique : règles et lois, bonnes pratiques, employeur de choix, etc.

4. Précisez le niveau de maîtrise souhaité (débutant, intermédiaire, avancé) pour chacune des compétences sélectionnées. Si vous sélectionnez « Avancé », veuillez expliquer sur quel aspect le développement est souhaité dans le champ « Commentaire » associé à votre choix.

- Débutant
- Intermédiaire
- Avancé

5. Indiquez tout autre besoin ou compétence à développer qui ne faisait pas partie de la liste et que vous jugez important.  
(Question ouverte)

6. Quel serait LE titre du cours que vous auriez aimé pouvoir suivre tôt dans votre carrière en musique qui vous aurait alors vraiment aidé(e)?  
(Question ouverte)

7. Quel serait le titre ou le sujet du cours auquel vous aimeriez avoir accès pour poursuivre votre développement?  
(Question ouverte)
8. Sur la base de votre expérience, quelles sont les principales contraintes de l'offre actuelle de formation?
- Votre méconnaissance (vous n'êtes pas au courant de l'offre de formation continue)
  - Contenu trop générique pas adapté à l'industrie de la musique
  - Manque de pertinence en lien avec vos besoins et votre réalité
  - Contenu dépassé peu adapté à la réalité d'aujourd'hui
  - Coût des activités de formation
  - Horaire proposé inadéquat non compatible avec le vôtre
  - Votre manque de disponibilité
  - Durée inadéquate
    - Trop longue
    - Trop courte
  - Niveaux inadéquats
    - Trop débutant
    - Trop avancé
    - Pas de niveau intermédiaire
  - Manque d'offres de formation hors des grands centres
  - Méthodes d'enseignement inadaptées
    - Manque d'échanges/discussions
    - Manque de pratique
    - Manque de théorie
  - Votre manque d'intérêt à participer à des formations formelles (vous avez toujours appris « sur le tas »)
  - Autres (précisez) : \_\_\_\_\_
9. Parmi les formats de formation suivants, lequel ou lesquels répondent le mieux à vos besoins (sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)?
- Formation en salle
  - Formations en virtuel de type autoformation (ex. : webinaire, capsules vidéo enregistrées, etc.)
  - Formations en classes virtuelles avec tuteur(trice)/formateur(trice) en temps réel
  - Codéveloppement/communautés de pratique/laboratoires de mises en pratique et d'échange d'expériences
  - Coaching/mentorat individuel
  - Panels et conférences, classes de maîtres avec différents(es) experts(es) du milieu
  - Autres : \_\_\_\_\_

10. Parmi les méthodes d'enseignement suivantes, lesquelles répondent le mieux à vos besoins/ votre réalité (sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)?
- Présentations magistrales/théoriques
  - Démonstrations, tutoriels
  - Exercices pratiques
  - Mises en situation fictives ou réelles (cas vécus/expériences terrain)
  - Discussions/échanges structurés sur un sujet
  - Autres : \_\_\_\_\_
11. Parmi les durées de formation suivantes, lesquelles répondent le mieux à vos besoins/votre réalité (sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)?
- Microapprentissage (capsules de 15 minutes ou moins)
  - Une à deux heures
  - Demi-journée
  - Journée complète
  - Deux jours consécutifs
  - Trois jours ou plus consécutifs
  - Programme de type cohorte (plusieurs activités étalées sur plusieurs semaines ou mois)
12. Parmi les moments suivants, lesquels sont préférables pour participer à une activité de formation (sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)?
- Le matin
  - Le midi
  - L'après-midi
  - Le soir
  - La semaine
  - La fin de semaine
13. Indiquez-nous toute suggestion ou recommandation pour que l'offre de formation réponde davantage à vos besoins.
14. Indiquez-nous tout autre commentaire ou suggestion.
13. Nombre d'années d'expérience dans l'industrie de la musique/dans le secteur de la musique à titre de professionnel(le).
- 2 ans ou moins
  - 3 à 5 ans
  - 6 à 10 ans
  - 11 à 15 ans
  - 16 à 20 ans
  - Plus de 20 ans

14. Groupe d'âge

- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 à 54 ans
- 55 à 64 ans
- Plus de 65 ans

15. Genre

- Masculin
- Féminin
- Autre

16. Région de résidence

- Abitibi-Témiscamingue (08)
- Bas-Saint-Laurent (01)
- Capitale-Nationale (03)
- Centre-du-Québec (17)
- Chaudière-Appalaches (12)
- Côte-Nord (09)
- Estrie (05)
- Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)
- Lanaudière (14)
- Laurentides (15)
- Laval (13)
- Mauricie (04)
- Montérégie (16)
- Montréal (06)
- Nord-du-Québec (10)
- Outaouais (07)
- Saguenay-Lac-Saint-Jean (02)
- Hors Québec

17. Sélectionnez la ou les association(s) à laquelle (auxquelles) vous êtes membre, s'il y a lieu.

- Alliance internationale des employés de scène, de théâtre et de cinéma des États-Unis de ses territoires et du Canada (AIEST) (sections locales 56, 523)
- Association des professionnels des arts de la scène (APASQ)
- Association professionnelle de l'édition musicale (APEM)
- Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
- Centre québécois de l'Institut canadien des technologies scénographiques (CQICTS)
- Conseil québécois de la musique (CQM)
- Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV)
- Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ)
- RIDEAU, l'Association professionnelle des diffuseurs de spectacles
- Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ)

- Union des artistes (UDA)
- Conseil régional de la Culture
  - Abitibi-Témiscamingue
  - Arrimage corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine
  - Bas Saint-Laurent
  - Centre-du-Québec
  - Côte-Nord
  - Estrie
  - Gaspésie
  - Lanaudière
  - Laurentides
  - Laval
  - Mauricie
  - Montérégie
  - Montréal
  - Outaouais
  - Québec et Chaudière-Appalaches
  - Saguenay-Lac-Saint-Jean

• Autre : \_\_\_\_\_

#### 18. Types d'engagement

- Scène
- Radio, télévision
- Enregistrement sonore
- Enseignement
- Événements corporatifs et autres (ex. : cabanes à sucre, mariages, veillées de danse, rue, etc.)

19. Votre formation initiale (académique) est-elle en lien avec le métier que vous pratiquez actuellement dans le secteur de la musique?

- Oui
- Non
- S. o. (autodidacte)

20. Au cours des **deux** dernières années, combien d'activités de formation continue avez-vous suivies?

#### 21. Statut de travailleur(euse)

- Salarié(e)
- Salarié(e) contractuel(le) ou temporaire
- Indépendant(e), travailleur(euse) autonome ou pigiste
- Autre : \_\_\_\_\_

#### 22. Type d'organisation pour laquelle vous travaillez.

- Association, regroupement, OSBL, OBNL ou ONG
- École
- Maison de disques (*label*)
- Diffuseur spécialisé
- Distributeur
- Organisme de production artistique
- Organisme subventionnaire
- Indépendant(e) ou travailleur autonome
- Autre (précisez) : \_\_\_\_\_



**APEM**

Association  
des professionnels  
de l'édition musicale



**RIDEAU**



**COMPÉTENCE  
CULTURE**

COMITÉ SECTORIEL DE  
MAIN-D'ŒUVRE EN CULTURE

1450, City Councillors, bureau 440  
Montréal, Québec H3A 2E6

514 499-3456 | 1 877 475-6287  
[www.compétenceculture.ca](http://www.compétenceculture.ca)  
[info@compétenceculture.ca](mailto:info@compétenceculture.ca)