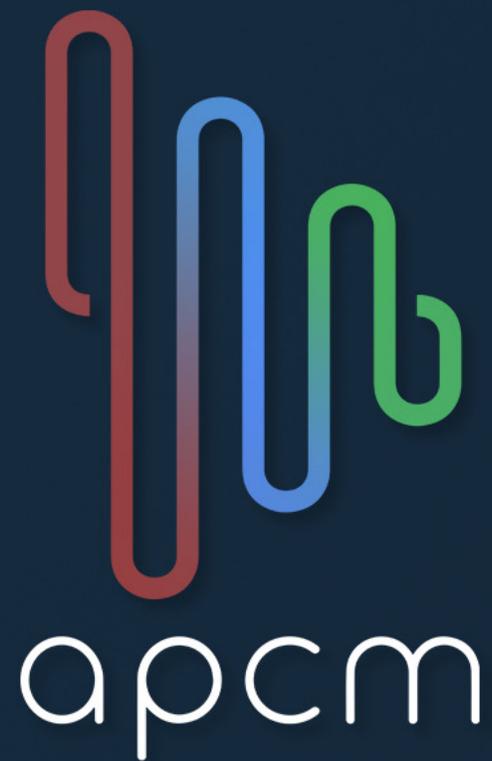


Rapport annuel
2021 - 2022



I – Fonctionnement général

Mot de la présidence

Chers / chères membres,

Une autre année qui se termine, et quelle année! L'optimisme était de mise. Nous avons témoigné du retour des spectacles vivants et des événements culturels. Après avoir vu leurs spectacles reportés à cause de la crise sanitaire, nos membres sont enfin remontés sur les planches. Et le public était également au rendez-vous.

Il va sans dire que les arts et la culture sont des ingrédients essentiels à une bonne santé physique et mentale. L'art et la culture sont des vecteurs indispensables tant pour la société que pour les communautés et les citoyens. Et l'APCM continue d'être un organisme incontournable dans la stratosphère de la chanson et de la musique franco-canadiennes!

Et ce, grâce au travail acharné d'une petite mais superbe équipe d'employés au sein de l'APCM sous la direction de notre DG, Thomas Kriner. Une équipe qui a d'ailleurs accueilli deux nouveaux membres dans la dernière année : Émilie Clément-Emond au poste de *responsable des communications et chargée de projets* et Jonas Allamanno comme *assistant communications et logistique*.



Stef Paquette

*« J'ai dit quelque part
qu'il ne suffisait pas
d'entendre la musique,
mais qu'il fallait encore
la voir. »*

-
Igor Féodorovitch
Stravinski

De plus, je tiens à remercier les membres du conseil d'administration qui ont toujours été au rendez-vous et qui ont assuré de bonnes discussions, toujours dans le respect, et ce dans le but de faire avancer notre association.

Mais bien que les choses semblent avoir fait un genre de « retour à la normale », les secteurs culturels doivent maintenant faire face à deux énormes défis : la pénurie de main-d'œuvre et l'inflation. La pénurie de main-d'œuvre est une véritable crise qui touche la culture de manière particulière et quand il y a inflation, la population se serre la ceinture et souvent, la première dépense coupée est la culture. Mais comme l'an dernier, je garde quand même le moral, même si c'est loin d'être évident.

Je vous encourage à visiter le www.apcm.ca pour explorer notre tout nouveau site web, si ce n'est pas déjà fait. Il est de toute beauté et un véritable plaisir à naviguer. J'ai bien hâte de voir et d'entendre ce que la prochaine année nous réserve, notamment le retour du festival Quand ça nous chante et un Gala Trille Or en présentiel!

Bonne continuation à tous et toutes nos membres. Ne lâchez pas de créer, et en retour, l'APCM sera là pour vous appuyer tout au long de votre cheminement artistique et professionnel!

Mot de la direction

2021-2022 – Une année mi-figue mi-raisin. Avec l'avènement des vaccins contre la COVID-19 en début d'année 2021, tout portait à croire qu'un retour à la normale était possible, et qu'enfin, les artistes allaient remonter sur scène rapidement. Il n'en fut rien et au contraire, l'arrivée du vaccin a créé des zones grises et surtout des clivages dans notre milieu, dont on se serait bien passés.

Le début d'année 2021 était sous le signe des Trille Or, projet sur lequel l'équipe de l'APCM a placé toute son énergie. Un événement d'ampleur pour la francophonie canadienne qui aurait dû être une fête et un grand rassemblement, mais qui au final a été décliné à son plus strict minimum. Puisque, rappelons-le, l'Ontario était totalement confinée à cette époque-là.

Si le gala industrie, en format virtuel sur la plateforme Gather Town, était relativement facile à mettre en œuvre et plutôt drôle à y participer, l'organisation du gala télévisé s'est avérée être un véritable parcours du combattant. Entre l'obligation de reporter la date de diffusion à trois reprises, l'impossibilité pour des artistes hors-Ontario de faire partie du spectacle en personne, les nouvelles mesures sanitaires gouvernementales annoncées au compte-gouttes chaque semaine et de multiples contraintes sanitaires et technologiques à respecter... On en aura bavé pour finalement pouvoir diffuser un gala Trille Or sur la chaîne Unis TV le 19 juin 2021!



Thomas Kriner

Directeur général,
développement et
partenariats

J'aimerais une fois de plus lever mon chapeau à toute l'équipe de production (Isabelle Longnus et son équipe, TV Rogers, Claude Faucon), aux partenaires communautaires (CCAFCB, RAFA, Centre culturel fransaskois, Musique NB, ANIM), au diffuseur Unis TV, et à notre hôte le Centre national des Arts, pour avoir rendu cet événement possible malgré les circonstances.

Quant aux artistes qui ont joué le jeu des nominations, des spectacles en virtuel et d'une salle vide de public, je tiens à souligner que ce n'est pas une Trille au rabais que vous avez reçue. Mais bel et bien une récompense pour votre travail exemplaire au beau milieu d'un environnement professionnel et social chaotique. Et c'est pour cette principale raison que l'APCM devait coûte que coûte produire les Trille Or en 2021.

Comme l'indique notre cher président Stef Paquette dans son message, de nouveaux enjeux ont vu le jour en période post-pandémie, avec la pénurie de main d'œuvre et l'inflation galopante qui mettent un frein à la croissance de notre milieu. À nous de redevenir un secteur attractif, en épurant nos pratiques, afin de donner envie aux jeunes francophones et francophiles au Canada d'exercer nos si jolis métiers.

Mot de la direction (suite)

2021-2022 a également été une année record en termes de distribution de projets de nos membres sur les plateformes numériques. Un service de distribution qui tourne à plein régime et 49 projets distribués dans l'année, c'est beaucoup. Et cela témoigne de la vitalité, de la productivité et de la créativité de nos membres. Dommage que cette activité soit si peu rémunératrice pour les créateurs. En espérant qu'une législation, un jour, vienne rééquilibrer la distribution des revenus générés par les géants du web. Restons à l'affût et proactifs sur cet enjeu!

Le reste des activités de l'APCM, à savoir le festival Quand ça nous chante, Jamais trop tôt et Pro Fusion, se sont déroulées comme en 20-21 – en format virtuel. Le projet Rond Point a quant à lui pu être organisé en personne. Je vous invite à consulter la rubrique *Projets* pour en connaître le rendu.

En prenant un peu de recul suite aux vagues de COVID-19 et aux nombreux mouvements sociaux qui se sont succédés ces deux dernières années, nous pouvons observer que notre industrie est en profonde mutation. Il est encore trop tôt pour savoir quel sera notre environnement de travail dans cinq ans. En revanche, il n'est pas trop tard pour avoir un impact sur son évolution.

À quoi voulez-vous que ressemble l'industrie musicale francophone canadienne dans le futur? Pour ma part, j'aimerais qu'elle soit plus respectueuse et généreuse envers les créateurs, moins dévoreuse de projets éphémères, et plus inclusive de la francophonie dans son ensemble.

Je vous laisse sur cette réflexion.

Thomas

Remerciements

On le répète chaque année, mais l'APCM est dotée d'une très petite équipe au regard de l'activité débordante à laquelle elle est soumise. On demande aux employé.e.s de savoir tout faire : administration, graphisme, coordination de projets, technique audiovisuelle, communications, gestion de réseaux sociaux, développement de site internet, logistique d'événements...

C'est cette polyvalence qui définit la qualité de nos employé.e.s et qui en font des ressources inestimables pour l'organisme. Un gros merci à Charlotte Corbisier (qui a quitté son poste depuis), David Robquin, Émilie Clément-Emond, Liette Robichaud et Martyna Turczynowicz pour l'énergie et l'abnégation que vous mettez dans vos tâches au quotidien, au service de l'APCM et de ses membres.

Merci également à Jonas Allamanno, qui techniquement s'est joint à l'équipe en avril 2022 (soit la prochaine année financière) en tant que stagiaire, mais qui a grandement aidé à concevoir ce rapport annuel; c'est important de le mentionner également.

Stef Paquette, Jeff Homère, Céleste Lévis, Alain Legrand, Ariane Mahrjke-Lemire, Jessy Lindsay, Michel Laforge et Simon Landry, nos chers et chères représentant.e.s du conseil d'administration 21-22, nous sommes extrêmement reconnaissant.e.s de votre disponibilité et de votre écoute lors des rencontres du CA. La bienveillance et le respect mutuel qui règnent lors de nos discussions permettent de faire avancer les sujets à l'ordre du jour de façon agréable et productive.

Pour conclure, l'argent, c'est un peu le nerf de la guerre... Alors merci à nos bailleurs de fonds – Musicaction, Patrimoine Canada, le Conseil des arts de l'Ontario, Fonds RadioStar, Ontario Créatif, le ministère de l'Éducation de l'Ontario – de soutenir l'APCM dans ses projets. En espérant, bien sûr, pas trop de coupures dans les années à venir.

Conseil d'administration



Stef Paquette
Président



Jeff Homère
Vice-président



Michel Laforge
Administrateur



Alain Legrand
Administrateur



Ariane Mahrÿke-Lemire
Administratrice



Céleste Lévis
Trésorière



Jessy Lindsay
Administratrice



Simon Landry
Représentant jeunesse

Équipe de l'APCM



Thomas Kriner

Directeur général,
développement et partenariats



David Robquin

Chargé d'accompagnement et
de la mise en marché numérique



**Émilie Clément-
Emond**

Responsable des communications
et chargée de projets



**Martyna
Turczynowicz**

Chargée d'accompagnement et
de l'administration



Charlotte Corbisier

Chargée d'accompagnement
et des liens communautaires
(jusqu'en août 2021)



Liette Robichaud

Coordinatrice des finances
et de l'administration

Services offerts par l'APCM



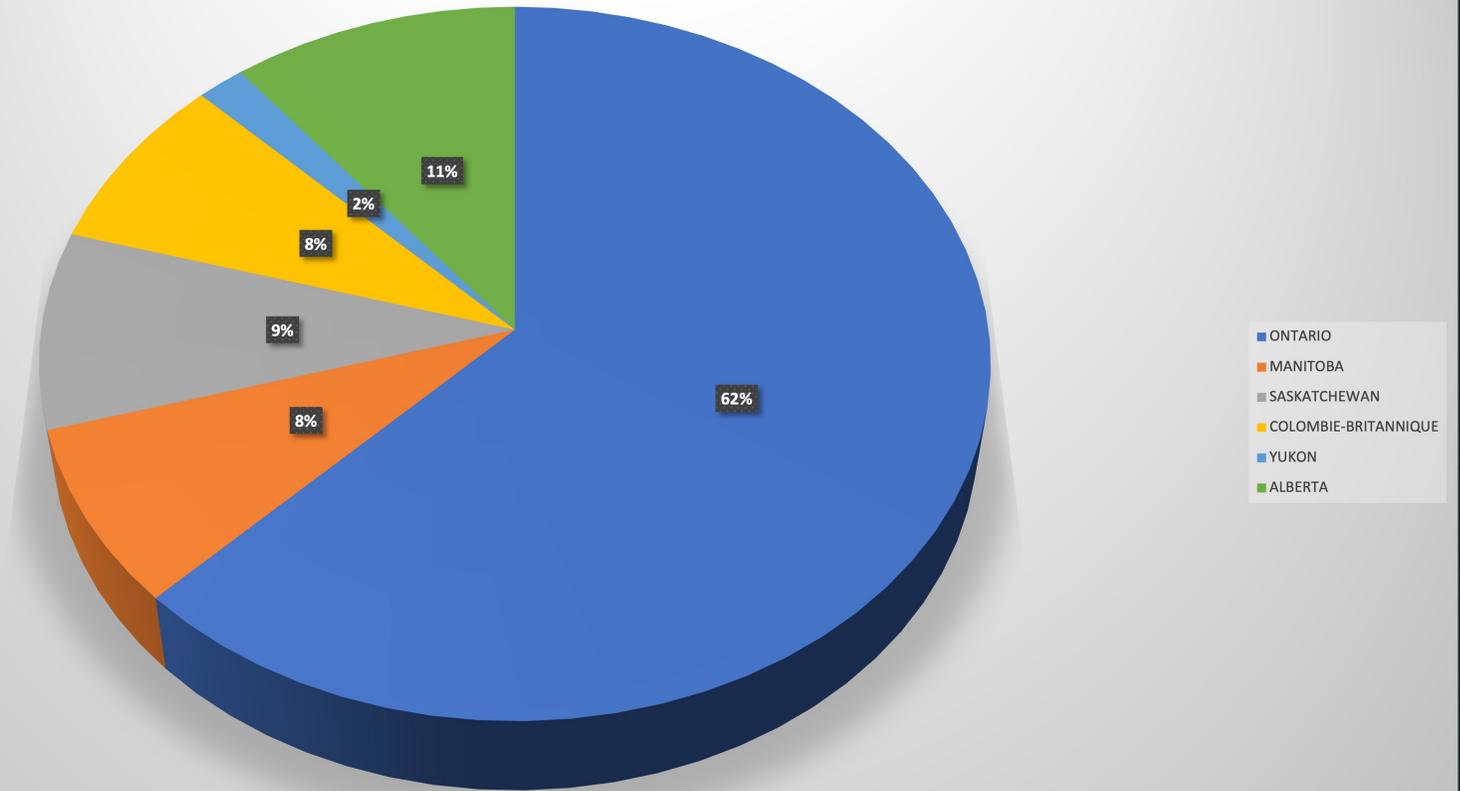
Liste des 112 membres de l'APCM

Louise Chiasson	Joly	Reney Ray
Charles Dieufaite	Luc Lalonde	Leila
Ink Sticks & Stones	Les Soliloques	Philippe Mathieu
Éric Dubeau	Les Sœurs Marleau – DIADEM Musique	Kelly Bado
Philippe Flahaut	Moonfruits	Marc Beaudin
Productions Caravane	Janie – Les Productions de l'Inconventionnelle	Marie-Véronique Bourque
Gabriel Lavoie	Hopiho	La légende de Calamity Jane
ARIKO	MAO – Productions Phonolite	Thomas Chevalier
Joanne Morra	Mélissa Ouimet	Soir de Semaine
Les Chiclettes	KingH509	Stranger Brew
Célia Opéra	Ferline Regis	Gabriel Dubreuil
Gabriel Osson	Geneviève et Alain	Étienne Fletcher
Woodney Pierre	Les Rats d'Swompe	Freynt
Damien Robitaille – 9e vague	Règlement 17	Anique Granger – Productions La Grange
Joëlle Roy	Brian St-Pierre – Productions St-Pierre	Yves & The Talent
DJ UNPIER	André Varin / FOLKLOFOLIE – AV Productions	Jeanine Guyot
Justin André	Camille Angel	Sala
Marcel Aymar – Éditions Pomme de pré	Duo D'accord	Shawn Jobin
Paul Demers - Les Éditions Poloden	JF Thibodeau	Suzanne Kennelly
Jean Cloutier	TELECOLOR	Rayannah
Hey Wow	Edouard Landry – Productions Pomme Plastique	éemi
L'un Dit	Les Gens du Nord	Ariane Mahrjke Lemire
Jacobus	Alain Lessard	Mario Lepage - PONTEIX
Nicolas Doyon	Céleste Lévis	Alex Mahé
François Dubé – Productions Dubémol	Synergy	Mireille Moquin
L'écho d'un peuple	Michel Paiement	Loig Morin
Prospect Nelson	Robert Paquette	Cristian De La Luna
LeFLOFRANCO – We All Rise Inc.	Stef Paquette	Dan Ndala
YAO – Intello Productions Inc.		

Liste des 112 membres de l'APCM (suite)

Trésor Otshudi
Pierre Sabourin
Bernard Salva
Renelle Ray
The Pxrtals
Guy Madore
Véronique Trudel
Alpha Toshineza
Robert Walsh
Brigitte Jardin
Matt Stern
Daniel Viragh
Alexandra Moreno
Fire & Smoke
Réseau Ontario
Amixie Solutions Inc.
123 GO Productions
Centre de développement musical
CCAFCB
Claude Faucon
Sophie D'Orléans
De Flore
Music Ontario
Nicolas Primeau
Jessy Lindsay
Music and Film in Motion
Geneviève Toupin

Répartition des 112 membres de l'APCM en fonction des provinces
2021-2022

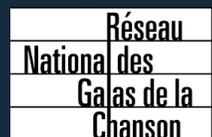


Nos partenaires

Partenaires financiers



Partenaires institutionnels



Nos partenaires (suite)

believe®



Partenaires projets



**CENTRE NATIONAL DES ARTS
NATIONAL ARTS CENTRE**



FIGG Festival
international
de la chanson
de Granby

S < W

JTT Jamais
Trop
Tôt



**la musique francophone
de l'ouest canadien**



LA NOUVELLE SCÈNE
- Gilles Desjardins -



Raven Street Studios

sacef.

MAGASIN DE MUSIQUE
STEVAS MC

Nos partenaires (suite)

Partenaires médiatiques



Autres partenaires



II – Projets et activités

Distribution numérique

Résultats obtenus

APCM Distribution a fortement travaillé pour accompagner et professionnaliser les artistes dans la mise en marché de leurs projets musicaux.

Cet accompagnement permet aux artistes de travailler la sortie et la commercialisation de leurs projets comme le ferait une maison de disques, mais aussi, maximise leurs chances d'être découvert.e.s sur les listes de lecture éditoriales. Ces listes sont très importantes dans la découvrabilité et le rayonnement de la sortie d'un projet musical.

Entre avril 2021 et mars 2022, l'APCM a travaillé sur 44 dossiers de distributions (rédaction d'arguments de vente, relecture et vérification des paroles, descriptifs, *brainstorm* de plan marketing, entrée de données et accompagnement de mise en marché) et a eu 49 sorties (10 albums, 9 EP et 30 simples).

Sur ces 49 sorties, 26 ont été placées sur des listes de lecture éditoriales de plateformes d'écoute numériques, pour un total de 95 listes de lecture obtenues. Ces projets ont aussi été envoyés à plus de 700 médias à travers 12 infolettres mensuelles spécialisées.



L'ensemble du catalogue de l'APCM a généré plus de 1 060 929 lectures, 824 téléchargements de titres, 132 téléchargements d'albums et 7 100 Shazam (plateforme d'identification sonore). Ces lectures et achats proviennent de Spotify (33%), d'Apple Music (31%), d'itunes (21%), d'Amazon Music (14%) et d'autres plateformes (1%).

APCM Distribution travaille aussi à entretenir des partenariats médiatiques afin de garantir une visibilité pour les sorties de ses membres. Entre autres avec le média québécois Le Canal Auditif, qui publie chaque mois une chronique regroupant toutes les dernières sorties. Aussi, l'APCM place régulièrement des publicités dans le magazine *Palmarès ADISQ*, destiné aux professionnel.le.s de la musique, afin de mettre de l'avant sa liste de lecture de nouveautés Spotify.

APCM Distribution est aussi créateur de contenu numérique pour faire rayonner les chansons de ses membres. Chaque semaine, la liste de lecture de nouveautés Spotify est actualisée, mettant de l'avant un.e artiste par semaine (en miniature), sur nos réseaux sociaux et dans notre Fil de nouvelles grand public.

En plus de cette *playlist* hebdomadaire, l'APCM tente de créer des partenariats pour des périodes spéciales. Cette année, conjointement avec la FCCF, une liste de lecture du temps des fêtes a été conçue pour apporter à plus d'oreilles le catalogue de nos membres.

Pour finir, APCM Distribution assure la gestion et l'administration des redevances de ses membres une fois par année. Cependant, les artistes peuvent communiquer en temps réel avec l'APCM à n'importe quel moment pour savoir où ils/elles sont rendu.e.s dans leur dossier de redevances et statistiques.

Distribution numérique

Offre des packages distribution

L'APCM a mis à jour sa formule payante d'accompagnement de sortie numérique. Vous trouverez plus bas le détail de ces trois nouvelles formules.



Gratuit *avec la membreship

Pour une sortie bien préparée



Formule de base

Mise en ligne sur les plateformes numériques
Suivi de commercialisation avec Believe Digital
Publication sur le site internet APCM
Infolettre générique pour les médias
Infolettre générique pour le public
Suivi du playlistage
Gestion administrative de la distribution numérique

225\$

Pour une sortie bien ciblée



Formule mineure

Formule de base
+

Ciblage marketing

Pour maximiser votre plan marketing, profitez d'une analyse détaillée de vos statistiques (réseaux sociaux, site web, plateformes numériques), à travers un rapport complet.

450\$ *incluant les frais postproduction

Pour faire rayonner votre sortie



Formule majeure

Formule de base
+

Envoi médiatique

Obtenez plus de chance de faire rayonner votre sortie. Nous envoyons votre communiqué de presse à un grand nombre de médias nationaux. Ce service comprend aussi une mise de ligne de votre single ou focus track sur postedecoute.ca pour être entendu par les programmeurs radios du pays.

225\$

Pour une sortie complète et efficace



Formule chromatique

Formule de base
+

Métadonnées

Pour compléter vos efforts marketing et de promotions, la formule chromatique ajoute un aspect souvent négligé dans une sortie numérique: les métadonnées.

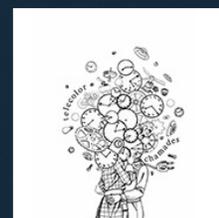
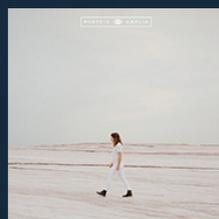
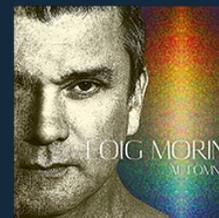
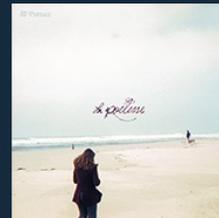
Elles permettent de considérablement améliorer votre référencement sur internet. Mais elles sont aussi essentielles pour la découvrabilité. Avec cette formule, laissez nous référencer votre projet et mettre à jour vos métadonnées.

Pour tous renseignements concernant votre distribution, contactez David Robquin à david@apcm



Distribution numérique

Sorties des membres



Nos projets

Trille Or (11^e édition)

L'année 2021 n'a pas été la plus simple pour Trille Or, la pandémie ayant compliqué les circonstances. En plein confinement, la gala était dans l'impossibilité d'accueillir des personnes de l'extérieur de l'Ontario. Mais le projet a bien eu lieu et grâce à la technologie, nous avons pu remplir le mandat de cette 11^e édition.

Afin de reproduire le mieux possible ces moments de socialisation privilégiés tout en respectant la distanciation, l'équipe de l'APCM a choisi de rassembler l'ensemble des participant.e.s sur la plateforme Gather Town, là où un monde virtuel Trille Or a été créé.



D'abord pour la « semaine » d'activités Trille Or, puis pour le gala Industrie, qui se déroulaient du 26 au 28 mai 2021. Au programme : des soirées spectacles et des conférences pour tous et toutes, des rencontres professionnelles et même un apéro réseautage.

Pendant le gala Industrie du 28 mai, animé par Patrik Guillotte, 19 prix ont été remis pour souligner l'excellence des professionnel.le.s œuvrant dans la musique franco-canadienne. Rayannah, Mehdi Cayenne, Caroline Savoie, Anique Granger, Fred Levac, Jean Cloutier, Louis Venne, Jacobus, LeFLOFRANCO, Agung Yuwanda, Damien Robitaille, Machine Gum Productions, Productions PB5 (Patrick Bourbonnais), Mélissa Ouimet et Jean Malavoy ont été récompensé.e.s lors de cette soirée.

Nos projets

Trille Or (11^e édition)



Reportée pendant le printemps, la 11^e édition du Gala Trille Or s'est tenue le 19 juin dans le théâtre Babs Asper du Centre national des arts à Ottawa. Produite par l'APCM et télédiffusée partout au Canada sur Unis TV et tv Rogers Ottawa, l'émission a rassemblé une vingtaine d'artistes sur scène et en virtuel. Sous la forme d'un spectacle hybride, entre performances *live* et préenregistrées, nous avons pu voir les prestations de Mélissa Ouimet, De Flore, Mimi O'Bonsawin, Chloé Breault, Geneviève et Alain avec le medley des deux chansons « Baie Sainte-Marie » (Marcel Aymar) et « Un dimanche après-midi » (André Paiement), toutes deux intronisées au Panthéon des auteur.e.s et compositeur.trices canadien.ne.s. Ont suivi les performances de Rayannah, Les Soliloques, Reney Ray, Cristian De La Luna, Loig Morin, Louis Venne et éémi. Enfin, Anique Granger accompagnée de plusieurs artistes présent.e.s a rendu hommage à Daniel Lavoie pour clôturer cette soirée.

Animé par le comédien Vincent Poirier et sous la direction artistique d'Isabelle Longnus, le gala a récompensé les artistes ayant le plus marqué le paysage musical franco-canadien au cours des deux années précédentes. Les 10 derniers – et plus prestigieux – prix Trille Or ont été remis à Mehdi Cayenne, Geneviève et Alain, De Flore, Les Hay Babies, Marie-Clo, Anique Granger et Daniel Lavoie. Tout cela par l'entremise de la magie de Zoom! Les internautes ont également pu visionner le gala, en direct sur le site web et sur la page Facebook d'Unis TV.

L'équipe de l'APCM est actuellement en train d'organiser la 12^e édition de Trille Or, prévue pour 2023.

Nos projets

Rond Point (7^e édition)

Malgré la pandémie, Rond Point VII s'est déroulé comme prévu, et en personne! À l'exception du concert de clôture que nous avons diffusé en ligne à cause du renouvellement de l'état d'urgence sanitaire. Fidèle à sa tradition, le projet pour artistes émergent.e.s s'est articulé autour de trois résidences qui se sont respectivement déroulées pendant octobre, novembre et décembre 2021 à Ottawa.

L'APCM a fait appel à son réseau de professionnel.le.s pour donner des formations, des ateliers et un encadrement personnalisé aux résidentes. Celles-ci devaient soumettre trois chansons à peaufiner pendant le projet. En tant que directeur musical, Frédéric Levac était le « fil rouge » des trois résidences (et de l'avancement des neuf chansons).

ROND POINT

Résidence d'octobre

La première résidence, hébergée à la Galerie (Club) Saw, misait sur les bases du projet musical en français de chacune des participantes. En effet, cette septième édition a vu évoluer une cuvée entièrement féminine. Du 24 au 27 octobre, Ink Sticks & Stones (Ai Rei Dooh-Tousignant), Woodney Pierre et Sophie D'Orléans se réunissaient pour la première fois afin de travailler des compositions embryonnaires ou simplement destinées à être améliorées. Le travail de Fred Levac pendant ce premier volet consistait principalement à conseiller les artistes au sujet de la composition et des arrangements des chansons présentées. Chacune a bénéficié de séances de travail individuelles avec le DA, ce qui a permis d'épurer les morceaux et de trouver des sonorités plus accrocheuses.

Pendant la résidence d'octobre, l'auteure-compositrice et formatrice de profession Louise Éthier est quant à elle intervenue dans l'écriture des textes. Ses séances individuelles portaient sur la rédaction, la révision, ainsi que sur une meilleure utilisation des métaphores et d'un vocabulaire plus musical.

L'artiste Marie-Clo est également venue présenter un atelier-discussion sur l'image de marque et la commercialisation d'un projet musical. Ancienne participante de Rond Point, elle a abordé des points aussi appréciés que pertinents. Par exemple : le choix de l'esthétisme, la présence de l'artiste sur les réseaux sociaux et l'importance d'activités dérivées (comme la vente de *merch*) pour promouvoir un projet. Des outils précieux pour ces femmes qui veulent se lancer professionnellement (et prudemment) dans la musique.

Nos projets

Rond Point (7^e édition)

Résidence de novembre

Du 12 au 15 novembre, la deuxième résidence se déroulait aux très professionnels Raven Street Studios, où chaque participante a enregistré une de ses chansons travaillées dans le cadre de Rond Point. Fred Levac faisait office de directeur musical, de réalisateur, d'ingénieur du son et de musicien de studio. La disponibilité d'autotests de dépistage COVID-19, à effectuer obligatoirement chaque matin en arrivant sur place, a également permis certaines petites collaborations en studio et des rencontres d'accompagnement « en tête-à-tête ».

Pendant les séances d'enregistrement, les employé.e.s de l'APCM David, Martyna et Émilie ont fait de l'accompagnement individuel avec chaque participante. L'objectif était de leur donner des outils spécifiques sur les subventions, la mise en marché et la préparation aux entrevues de presse. Thomas a également animé un dîner-atelier sur les fondamentaux de la production musicale.

Résidence de décembre

La troisième résidence se tenait à la Galerie Saw du 19 au 22 décembre 2021, et a fait l'objet d'une captation de spectacle *in extremis!* Les allègements de restrictions sanitaires observés à l'automne laissaient espérer un concert en personne doublé du *party* de Noël de l'APCM – hélas, nous avons dû annuler l'événement le 19 décembre. Heureusement, Réseau Ontario est venu à la rescousse en nous prêtant un équipement de haute qualité et nous avons pu pré-enregistrer le spectacle comme l'année dernière, en une seule prise, afin de recréer optimalement les conditions d'un *live*.



Peaufinées tout au long des trois résidences, les neuf œuvres solo et collaboratives ont plutôt été diffusées « en direct » sur YouTube le 2 février 2022. Dans le cadre du dernier volet de Rond Point VII, l'APCM a fait appel aux services d'Ariane Mahrüke-Lemire pour *coacher* les participantes sur la technique vocale, l'interprétation et la mise en scène. Nous avons également pu compter sur Fred Levac pour la direction musicale, l'enregistrement audio et le mixage du concert de clôture.

Enfin, pendant la résidence de décembre, les employé.e.s de l'APCM ont pu faire un entretien de suivi avec chacune des participantes, axé sur leurs objectifs de carrière à court et moyen termes.

Nos projets

Rond Point (7^e édition)

À l'issue du projet, les participantes ont reçu leur piste enregistrée professionnellement lors de la deuxième résidence. Elles disposent entièrement des droits sur les bandes maîtresses et peuvent retravailler la chanson enregistrée à leur guise, en vue de la lancer dans un futur proche. Car l'objectif de Rond Point demeure que tous et toutes ses résident.e.s ressortent avec les outils nécessaires pour poursuivre une carrière musicale.



Ink Sticks & Stones



Woodney Pierre



Sophie D'Orléans

Prix remis à l'issue de Rond Point VII :

- Participation à la prochaine résidence Du Haut des Airs Canada (Place des Arts, Montréal) : Woodney Pierre (remplacée par Sophie D'Orléans)
- Participation au Camp chanson de Petite-Vallée en Écriture : Sophie D'Orléans
- Participation au Camp chanson de Petite-Vallée en Interprétation: Ink Sticks & Stones
- Participation aux demi-finales du concours Festival international de la chanson de Granby : Sophie D'Orléans

Nos projets

Quand ça nous chante (18^e édition, version virtuelle)

La 18^e édition du festival Quand ça nous chante, revisitée en formule numérique pour la deuxième année consécutive, s'est entièrement déroulée sur la plateforme Gather Town du 29 au 31 mars 2022. L'APCM a privilégié une approche ludique, interactive et un peu plus « individuelle » sur la plateforme Gather, afin que chaque élève inscrit.e vive une expérience de festival la plus réaliste possible. C'est pourquoi toutes les activités de QCNC ont été organisées après les heures de cours des jeunes.

Afin de familiariser les participant.e.s et leurs accompagnateurs.trices à cette architecture 8 bits, nous avons organisé une séance de bienvenue le mercredi 2 mars. Animée par Stef Paquette, coanimée par Jacques Grylls, la soirée visait à donner de la formation sur l'enregistrement d'une performance musicale (scène virtuelle) et à présenter le parrain de cette édition : DJ UNPIER.

Pendant le Festival, un choix de 12 ateliers, disponibles entre 17h et 18h, était proposé aux participant.e.s. De ce fait, chaque festivalier.ère pouvait assister à un atelier différent chaque soir. Tous les ateliers étaient animés par des artistes professionnel.le.s membres de l'APCM. Au programme, des thématiques telles que *Faire carrière en musique*, *Trouver son identité sonore et artistique*, *Composition et arrangements*, *Gestion du stress*, *Apprivoiser la scène*, *Guitares, Claviers, Chant* et *Écriture de textes de chansons*.

Les ateliers, donnés en petits groupes dans des salles virtuelles spécialement conçues, ont favorisé l'échange et l'apprentissage. Les jeunes ont pu poser des questions aux formateurs.trices, présenter leur travail personnel et interagir entre artistes, le tout en français, bien entendu, et toujours supervisé par un.e membre de l'équipe de l'APCM.

quand
ça nous
CHANTE

Les activités en direct sur Gather ont également favorisé les rencontres et les échanges entre festivaliers.ères. À part les salles d'atelier respectives, l'univers virtuel de QCNC 2022 était composé d'un vaste hall d'entrée, d'une salle de musique permettant de *jammer* à plusieurs et d'une salle de spectacles pour la diffusion des performances scolaires et professionnelles. Une panoplie de lieux concepts où les élèves, leurs responsables, les artistes et les employé.e.s de l'APCM pouvaient se rassembler pour discuter, en privé ou en groupe, à la façon d'une visioconférence ultra participative.

Nos projets

Quand ça nous chante (18^e édition, version virtuelle)

Enregistrement des spectacles professionnels et scolaires

Les 3 et 4 mars 2022 avaient lieu les sessions d'enregistrement des spectacles professionnels qui ont été diffusés lors des trois soirées du Festival.

C'est à La Nouvelle Scène Gilles Desjardins à Ottawa, dans le respect des règles sanitaires, que deux des trois concerts ont été captés, à savoir ceux de DJ UNPIER et de Mimi O'Bonsawin. Le concert exclusif de la troisième tête d'affiche, Ponteix, a été pré-enregistré en Alberta et intégré au montage de la programmation de QCNC.

L'objectif principal de présenter des spectacles professionnels est de fournir aux jeunes des référents culturels, de leur montrer qu'il existe de beaux projets musicaux, dans des styles variés, dans leur province. C'est aussi l'opportunité de leur montrer qu'avec de la volonté, il est possible de faire carrière en chanson et en musique francophones en Ontario.

Parallèlement, les écoles ont travaillé de leur côté la captation vidéo et audio des prestations scolaires. Les jeunes avaient le choix de faire parvenir à l'APCM des vidéos de performances solo ou collectives. Le montage a ensuite été réalisé de manière à répartir les prestations scolaires sur les trois soirs du Festival, en premières parties des têtes d'affiche (artistes professionnel.le.s de l'APCM).



DJ Unpier



Ponteix



Mimi O'Bonsawin

Diffusion des prestations scolaires et des spectacles professionnels

Les 29, 30 et 31 mars à 18h30, l'APCM diffusait les prestations du Festival en simultanée sur Gather (dans la salle de spectacles) et sur Facebook. Les trois soirées étaient animées par Zackari Gosselin, comédien, humoriste et improvisateur de la relève ayant déjà participé à QCNC. Les participant.e.s, leurs animateurs.trices ainsi que le grand public ont pu assister à 18 prestations scolaires provenant de ces 9 écoles : ÉSC Algonquin, ÉSC Sainte-Marie, Groupe Focus du CECCE, ÉSC Régionale de Hawkesbury, ÉSC Saint-Frère-André, ÉSP Gisèle-Lalonde, ÉSC Béatrice-Desloges, ÉSC Garneau et ÉSP Louis-Riel.

L'événement a une fois de plus suscité l'intérêt de Radio-Canada qui a demandé de passer en entrevue radio deux élèves de l'École secondaire catholique Algonquin (hôte de la dernière édition). Les extraits ont été diffusés pendant l'émission Jonction 11-17. Une belle opportunité pour ces deux jeunes artistes de s'exprimer en français sur un média populaire.

Nos projets

Quand ça nous chante (18^e édition, version virtuelle)

Rétroactions

Dans la semaine du 4 avril 2022, les élèves ayant performé dans le cadre du Festival bénéficiaient d'une dernière activité : une séance de rétroaction privée. Les entretiens dirigés par des formateurs.trices de cette 18^e édition (incluant le parrain) ont pour objectif de donner une revue positive de chaque prestation ainsi que des conseils précieux aux jeunes artistes.



Sélection d'interprètes pour le spectacle de Jamais Trop Tôt

Quatre interprètes de QCNC 2022 ont été sélectionnées par un jury pour participer au spectacle de Jamais Trop Tôt en août 2022 (FIG). L'initiative née d'une collaboration entre le Réseau national des Galas de la chanson et le Festival international de la chanson de Granby offre à ces jeunes artistes, déjà engagé.e.s dans leur parcours musical francophone, une occasion supplémentaire d'apprendre et de performer. Les lauréates faisaient partie de la cohorte d'artistes choisi.e.s à travers le Canada pour interpréter les 24 textes de chansons sortants du concours JTT.

Les quatre participantes sélectionnées sont Sophie Grenier, Ketsia Tshibanda, Emma-Rose Smith et Nahima Jacilien.

Nos projets

Pro Fusion (2^e édition)

Cette résidence virtuelle lancée l'an dernier a pour but d'apporter un accompagnement plus personnalisé à des artistes professionnel.le.s avancé.e.s dans leur carrière. Pro Fusion s'adresse aux auteur.e.s-compositeur.trices-interprètes qui sont dans le processus de lancement d'un nouveau projet ou de questionnement par rapport à un projet existant.

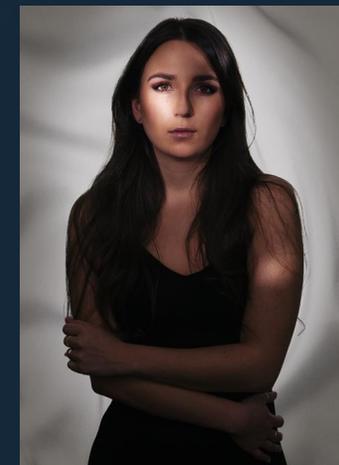
PRO FUSION



De Flore



JOLY



Céleste Lévis

Du 26 au 28 janvier 2022, l'APCM et les spécialistes de l'industrie invité.e.s ont travaillé sur trois identités musicales afin de solidifier la cohésion artistique et professionnelle des projets soumis. Cette deuxième édition de *Pro Fusion* a accueilli De Flore, Céleste Lévis et JOLY. Au cours des trois jours, les artistes ont participé à des séances formatives collectives et individuelles.

M^e Bertrand Menon a entretenu les résident.e.s sur la négociation, consciente et éclairée, de contrats. En invitant la discussion sur leurs expériences respectives, l'avocat en droit des arts a survolé pendant la séance collective certains contrats clés de l'industrie musicale, abordant leurs principes et concepts de base, différents standards actuels et de précieuses pistes de réflexion.

Nos projets

Pro Fusion (2^e édition)

L'atelier groupé de Félix Brochier, consultant en stratégie numérique et développeur, portait sur l'identification et l'analyse des différentes sources de données à la disposition des artistes. Les services de distribution, les plateformes d'écoute et les réseaux sociaux fournissent leurs outils respectifs, mais comment s'en servir et développer ses propres outils analytiques en fonction d'un projet? Les résident.e.s ont pu en découvrir davantage sur la question.

De retour pour cette deuxième édition, Josée Plamondon a permis aux participant.e.s d'améliorer la qualité de l'information (organisation, structure, métadonnées) sur Internet. À partir d'une évaluation des sites web de chaque projet, cette démarche comprend des exemples concrets d'amélioration, des explications claires et accessibles, et des outils simples à utiliser.

Lors d'une rencontre privée avec des panélistes, chaque artiste a présenté son matériel promotionnel (médias sociaux, photos, vidéoclips, etc.) Pomeline Delgado (Indie MTL), Louis-Philippe Labrèche (Le Canal Auditif), Rachel Weldon (Debaser) et Franz Schuller (Indica Records) ont donné des conseils éclairés concernant la cohésion des projets – et plus spécialement sur leur identité visuelle.

Au cours du Studio Pitch, chaque artiste a eu l'opportunité de présenter un vidéoclip au groupe de panélistes. S'en est suivie une période de rétroaction et de discussion. Ce sont MJ Dandeneau (MJ Entertainment), Laurent Vandeputte (Groupe Simoncic), City Fidelia (Real House of Ensemble) et Franz Schuller (Indica Records) qui se sont prêtés à l'exercice.

La résidence s'est terminée avec le Diagnostique artistique, une séance individuelle de planification de carrière et de rétroaction plus approfondie avec Franz Schuller. Les échanges respectifs entre l'intervenant et les artistes ont permis de faire ressortir les éléments artistiques à travailler pour leurs projets à venir.

Ces séances riches en recommandations personnalisées ont permis aux artistes participant.e.s de réinvestir un montant d'argent dans au moins une ressource pouvant faire évoluer leur projet.



Nos projets

Jamais Trop Tôt

Jamais Trop Tôt est une collaboration entre le Réseau national des Galas de la chanson (RNGC), le Festival international de la chanson de Granby (FICG) et une quarantaine de collaborateurs.trices à travers le Canada.

Ce projet vise les étudiant.e.s francophones canadien.ne.s de 14 à 17 ans. Les participant.e.s forment un groupe pour écrire des textes en chansons avec l'aide d'un.e formateur.trice professionnel.le et de leur professeur.e.

Parmi l'ensemble des textes reçus, les meilleurs sont sélectionnés pour être mis en musique par d'ancien.ne.s demi-finalistes du FICG, pour un total de 24 chansons. Les neuf provinces participantes sont représentées autant par le choix des textes que par le choix des interprètes. Ces interprètes sont accompagné.e.s d'un groupe de musicien.ne.s professionnel.le.s, d'un.e directeur.trice musical.e, d'un.e *coach* vocal.e et d'un.e directeur.trice artistique. Au total, cinq jours de répétitions sont prévus pour mettre en place ce spectacle présenté lors de la première semaine du prestigieux FICG.

JTT **Jamais
Trop
Tôt**

En 2021-2022, au cœur de la crise sanitaire, les écoles ne pouvaient toujours pas accueillir de formateurs.trices dans leurs locaux. Cette mesure forçait les enseignant.e.s à reconduire l'édition de Jamais Trop Tôt de façon virtuelle.

Or, entre la promesse de jours plus permissifs, l'usure des activités qui se déroulaient sur les écrans et l'offre qui excédait la demande, cette édition de Jamais Trop Tôt a été mise en difficulté.

Heureusement, malgré le manque d'engouement autour d'une nouvelle formule virtuelle, une dizaine d'ateliers et une cinquantaine de textes ont fleuri de cette édition avec la participation de Yao, Dayv Poulin et Ariane Mahrÿke- Lemire.

A decorative vertical element on the left side of the slide, consisting of several thin, overlapping lines in red, blue, and green that converge towards the center and then diverge again.

III – Promotion collective

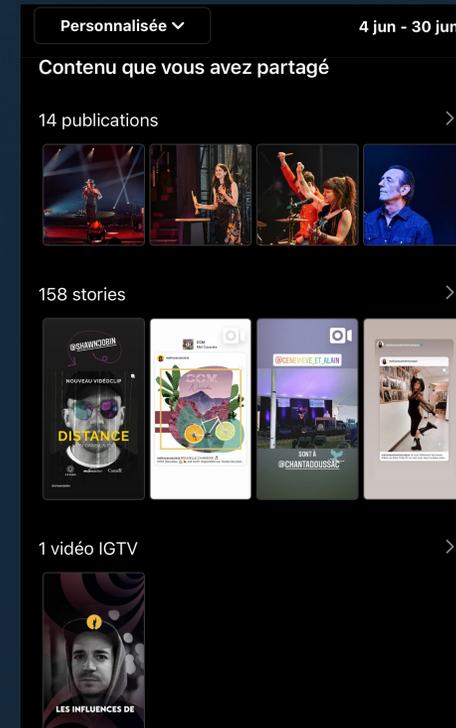
Création de contenu Trille Or 2021

Grâce au Fonds RadioStar obtenu, une panoplie de stratégies promotionnelles ont été déployées. Elles ont activement participé à la visibilité des 33 projets musicaux issus des artistes en nomination, ainsi que des différents événements organisés dans le cadre de Trille Or : volet pro, Gala Industrie et Gala Trille Or.

Ce mandat était aussi particulier qu'essentiel dans le cadre de cette 11^e édition, puisque la pandémie mondiale a empêché le prestigieux événement de se dérouler en personne. L'APCM a donc concentré ses efforts stratégiques autour d'un certain retour aux sources », misant sur les saveurs locales et le fait maison. C'est sous cette bannière favorisant une rencontre plus intime avec les artistes que le contenu Trille Or 2021 a été développé.

Le dévoilement des nominations a également joué un rôle important dans le moteur promotionnel de Trille Or 2021. Les 29 catégories (et leurs nommé.e.s) ont été annoncées en direct sur le Youtube de l'APCM le 4 février 2021. La vidéo de dévoilement remplaçait la traditionnelle conférence de presse que nous n'avons pas pu tenir en raison des restrictions sanitaires.

Par la suite, des listes de lecture ont été créées autour de ces nominations. Notamment la compilation officielle en partenariat avec la Fondation Dialogue, lancée suite au dévoilement, puis mise à jour après les galas Industrie et Trille Or pour mettre les lauréat.e.s en avant-plan. La *playlist* était diffusée sur l'appli mobile de Trille Or, sur nos réseaux sociaux et sur la terrasse virtuelle (Gather Town) pendant le volet pro. La Fondation Dialogue a également participé à l'effort de promotion dans le cadre des Rendez-vous de la francophonie (mars 2021).



Toujours dans une optique de mise en valeur et de découverte des artistes en nomination (dans la catégorie Album), une autre liste de lecture thématique intitulée *Les influences de...* a été conçue. Le but était de faire mousser les titres des nommé.e.s au milieu d'œuvres plus connues; une stratégie visant à optimiser leur découvrabilité grâce à la « magie » des algorithmes. Chaque nouveau titre était accompagné d'une vidéo (publiée sur le Facebook de l'APCM). Nous avons donc pu effectuer une promotion croisée sur plusieurs médiums grâce à ce contenu audiovisuel. Sous la forme d'entrevues rapides, ces vidéos étaient faciles à placer sur Instagram et sur Facebook, donnant un accès direct à l'univers des artistes. Sans parler de l'augmentation du trafic et d'abonné.e.s sur cette liste de lecture.

La liste de lecture *Nouveautés musicales APCM* sur Spotify, mise à jour chaque vendredi, a aussi participé à la promotion des artistes en nomination.

Création de contenu Trille Or 2021

Trois vidéos promotionnelles ont été coordonnées et réalisées par l'APCM. Elles ont été diffusées au courant du mois de mai 2021, l'une étant destinée à l'usage exclusif d'UNIS TV. Les deux autres vidéos ont été publiées sur nos réseaux sociaux.

Parlant de réseaux sociaux et de contenu audiovisuel, nous avons repris le concept d'Instagram Takeover pour promouvoir les artistes en nomination dans la catégorie Découverte. Toujours dans l'optique d'entrer un peu plus dans l'intimité de ces artistes, pour la plupart émergent.e.s et/ou nommé.e.s pour la première fois à Trille Or.

Un calendrier des publications a été établi pour alimenter et structurer la campagne de promotion et de communication qui s'est déroulée du 4 février au 20 juin 2021. Cette planification incluait des publications régulières, le partage de contenu Trille Or créé par nos partenaires, des publicités payées ainsi que l'identification (tag) d'artistes et de collaborateurs.trices sur les réseaux sociaux.

La plateforme Twitter a également été utilisée pour dévoiler les nominations dans les 29 catégories, à raison d'une publication par jour, par catégorie (pendant un mois).

Une vingtaine de communications (infolettres et communiqués officiels) ont été diffusées pour promouvoir les artistes en nomination et les événements autour de Trille Or 2021. De plus, une section réservée au projet a été ajoutée à notre bimensuel Fil de nouvelles afin d'optimiser sa visibilité auprès de nos membres, de nos partenaires et du grand public (incluant les médias francophones au Canada).

L'application mobile ainsi que le site web trilleor.ca ont définitivement joué un rôle important dans la stratégie promotionnelle de Trille Or 2021, notamment en diffusant les différents contenus produits. Les statistiques et autres données sont disponibles dans le Rapport d'activités en annexe.

Finalement, nous pouvons affirmer qu'une stratégie médiatique accrue était nécessaire pour la réussite de nos actions promotionnelles. En effet, l'APCM a collaboré avec une équipe professionnelle externe pour les relations de presse, de février à juin 2021, ce qui a débouché sur de nombreuses entrevues des médias auprès des artistes en nomination.

Nous avons également construit plusieurs partenariats médiatiques, notamment avec Cité Latina, l'émission radiophonique Arrête ton char, Culture Cible, Énergie 104.1, Rouge FM et Radio-Canada. Leur création de contenus, mêlée à la nôtre, a grandement favorisé l'opération promotionnelle autour de la 11^e édition de Trille Or.

Aperçu des statistiques

Vous avez reçu **+255%** plus d'interactions avec le contenu comparativement à la période du 15 jun - 17 jun.

Comptes atteints	0 0%	>
Interactions avec le contenu	32 +255%	>

Votre audience

Total des abonnés	1 361 --	>
-------------------	-------------	---

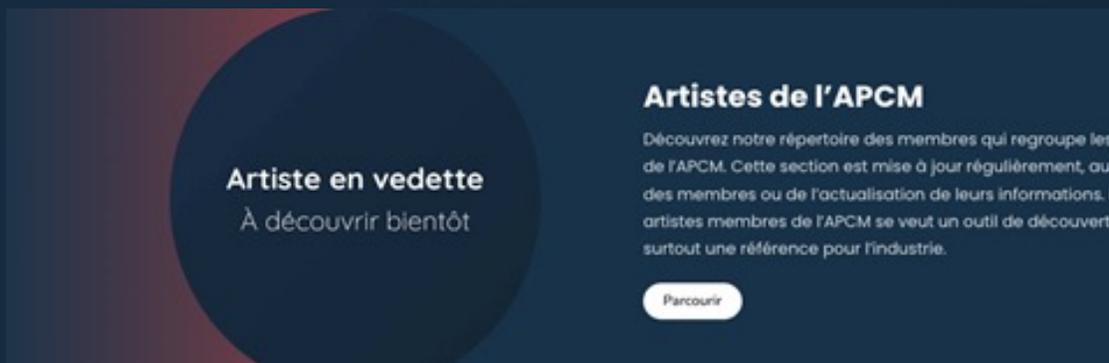
Consultez le Rapport d'activités Trille Or 2021 (Annexe 1)

Refonte de notre site internet

Le nouveau site web de l'APCM a été lancé officiellement le 22 juin 2022. La refonte, réalisée par la jeune entreprise franco-ontarienne Axmith & Robin, commençait le 1^{er} novembre 2021 – après l'approbation d'une proposition bâtie autour des exigences de l'APCM et d'une estimation des coûts raisonnables.

Le projet visait une revitalisation complète, incluant une importante mise à jour des sections concernant l'Association et ses artistes. Ces travaux considérables ont également permis à l'APCM de réviser les composantes de son mandat et d'optimiser le contenu en conséquence.

Parmi les attraits du nouveau site, l'interface épurée, la navigation plus conviviale et l'outil de recherche d'artistes amélioré se démarquent. Le répertoire demeure incomplet, mais est alimenté à mesure que les artistes s'inscrivent à l'Espace membre – un tout nouveau portail ayant pour but la centralisation et l'automatisation des opérations administratives.



La mise en valeur des profils artistiques sur la page d'accueil est également une fonctionnalité avantageuse qui permet à l'APCM de devenir une meilleure *source d'exploration musicale*. Cette visibilité augmentée signifie une plus grande découvrabilité des artistes de l'APCM, et ce, sans risque d'inégalité. En effet, le carré « Découvrez l'artiste » est programmé pour présenter un nouveau profil, aléatoirement, à chaque actualisation (ou visite) de la page!

Notre site web a été rénové pour mieux servir les membres, les partenaires, le grand public et les médias, mais aussi l'équipe à l'interne. Notamment par le biais d'un système de gestion de contenu (CMS) facile d'utilisation, spécialement conçu pour l'APCM et adapté à ses politiques et procédures. La plateforme Craft sur laquelle est maintenant hébergée notre site donne également une plus grande autonomie aux artistes dans la gestion de leur profil en ligne.

Refonte de notre site internet (suite)

Nouvelle plateforme, nouveau processus

La refonte a entraîné une importante transition dans l'administration de la membricité, car toutes les demandes d'adhésion et tous les renouvellements doivent désormais passer par le nouveau site web. Même les paiements sont maintenant effectués dans la section Mon adhésion de l'Espace membre. Afin d'accompagner les artistes membres le mieux possible à travers ces changements, une [campagne de renouvellement](#) a été lancée le 25 juillet 2022. Dans le processus, un guide explicatif composé d'un tutoriel vidéo et d'une liste d'instructions détaillée a été mis en ligne et intégré aux infolettres envoyées dans le cadre de la campagne.

ACTUALITÉS

C'est dans l'air 2022

Appel aux artistes canadien.ne.s et européen.ne.s

C'est dans l'air est un incubateur international de création et une résidence de perfectionnement professionnel, qui se tiendra en marge du festival **Cavalé de concert francophone** présenté à Montréal du 3 au 13 novembre 2022.

[Lire la suite →](#)

Les sorties de juin

Sorties APCM Distribution - Juin 2022

Le service de distribution de l'APCM est fier de vous présenter les sorties de mai et juin. Vous pourrez découvrir celles à venir à travers des liens d'écoute ou de précommande.

[Lire la suite →](#)

LE FIL DE NOUVELLES

Fil des nouvelles APCM - 27 mai 2022

Nouveaux titres et albums de LeFLOFRANCO, Marie-Cla x bens, Matt Stern et Ina Sticks & Stones, lancement de vinyls de Geneviève et Allan et présence de l'APCM au festival lyonnais Changez d'air.

[Lire la suite →](#)

Espace membre

Espace membre

NOS SERVICES

Accompagnement

Le service de l'APCM est à la disposition de ses membres, sur une base personnalisée et gratuite.

[En savoir plus →](#)

apcm distribution

Distribution numérique

Le service apcm distribution permet la commercialisation de programmes numériques en collaboration de titres de lecture électroniques.

[En savoir plus →](#)

Promotion

[En savoir plus →](#)

Développement

[En savoir plus →](#)

Médias sociaux

Statistiques basées sur la vue d'ensemble de la page Facebook et du compte Instagram pour la période allant du 1er avril 2021 au 31 mars 2022*. Comparatif par rapport à la période allant du 1er avril 2020 au 31 mars 2021.

* À l'exception des statistiques sur l'audience qui évalue sur une période globale (du 20 août 2019 à aujourd'hui).

Nouveaux *followers* et mentions J'aime

Nouveaux *followers* Instagram

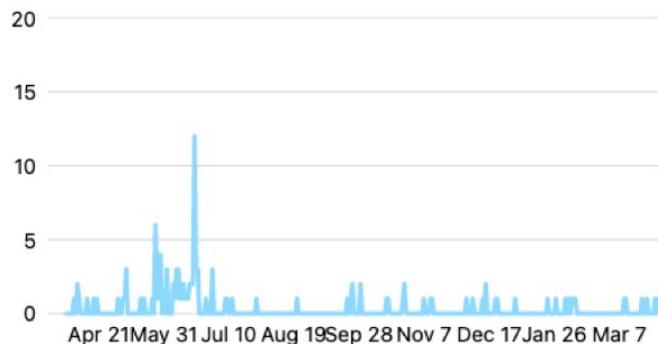
Nombre de nouveaux comptes qui se sont abonnés au compte Instagram.

- Pas assez de données pour établir un point culminant

New likes and follows

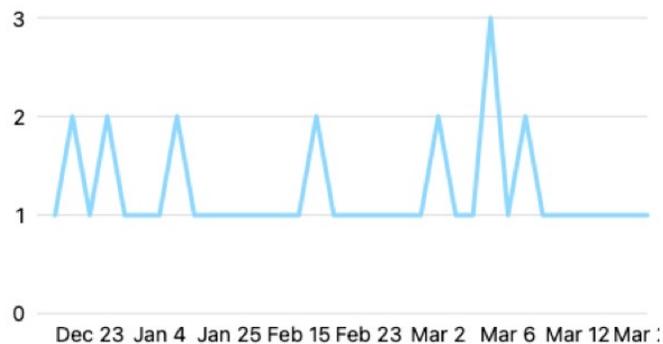
Facebook Page new likes ⓘ

114 ↓ 16.2%



Instagram new followers ⓘ

43



Nouvelles mentions J'aime de la Page Facebook

Nombre de nouvelles mentions J'aime pour la Page Facebook

- En baisse de 16,2% par rapport à l'année précédente
- Point culminant : 19 juin avec 12
- 19 juin 2021 : correspond au Gala Trille Or (10 dernières catégories)

Médias sociaux

Couverture



Couverture de la page Facebook

Nombre de personnes qui ont vu l'un des contenus de la Page ou à propos de la Page, y compris les publications, les Stories, les publicités, les informations sociales des personnes qui interagissent avec votre Page et plus encore.

- En baisse de **46,6%** par rapport à l'année précédente
- Point culminant : 27 mai 2021 avec 5 168
- 27 mai 2021 : plus de publications qu'à l'habitude (3 publications), contenu Trille Or

Couverture de la page Instagram

Nombre de comptes uniques qui ont vu l'une de nos publications ou Stories au moins une fois.

- En baisse de **69,9%** par rapport à l'année précédente
- Point culminant : 14 mai 2021 avec 959
- 14 mai 2021 : Nouveautés du vendredi avec Céleste Lévis

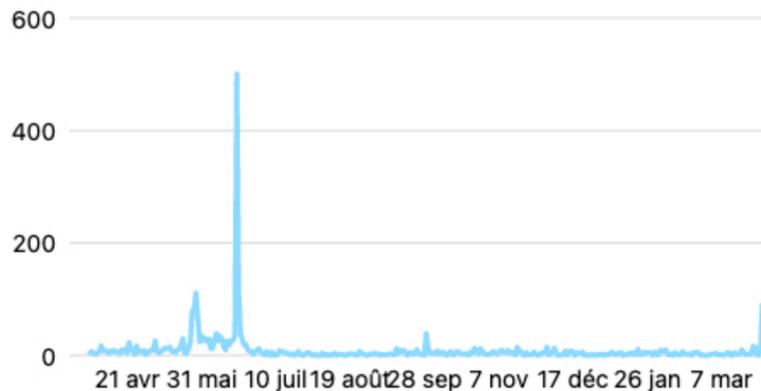
Médias sociaux

Visites

Visites de la Page et du profil

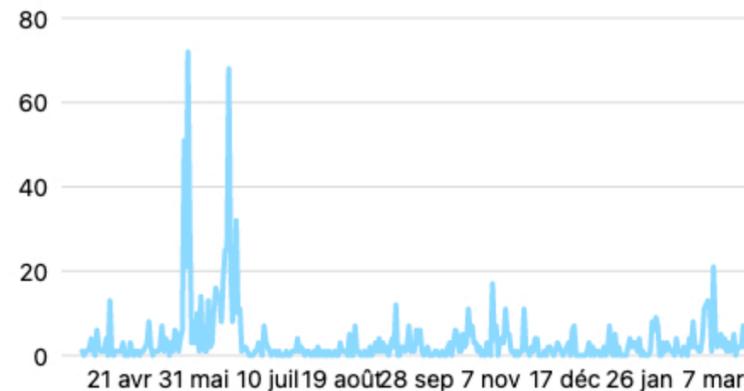
Visites sur la Page Facebook ⓘ

3 237 ↑ 17,8



Visites du profil Instagram ⓘ

1 241 ↑ 46,9



Visites de la page Facebook

Nombre de fois où la Page a été consultée.

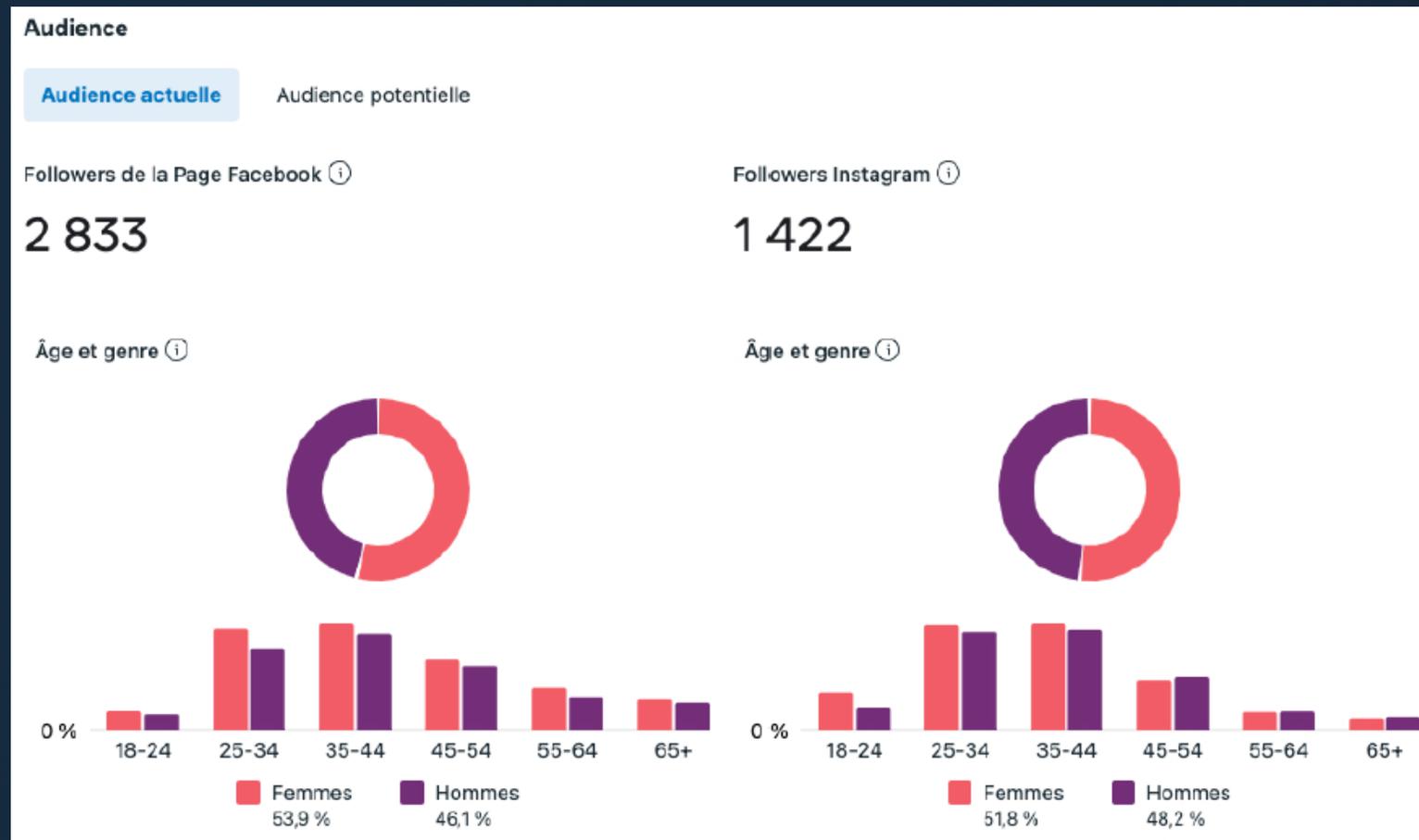
- En hausse de 17,8% par rapport à l'année précédente
- Point culminant : 19 juin 2021 avec 501
- 19 juin 2021 : Gala Trille Or et publication des lauréat.e.s

Visites de la page Instagram

Nombre de fois où le profil a été consulté.

- En hausse de 46,9% par rapport à l'année précédente
- Points culminants : 28 mai avec 72 et 19 juin 2021 avec 68
- 28 mai 2021 : Il n'y a eu aucune publication sur Instagram, mais bien 3 publications Facebook (contenu Trille Or), incluant l'annonce du Gala Industrie et les 19 premières remises de prix.
- 19 juin 2021 : Il n'y a eu aucune publication sur Instagram, mais bien 2 publications Facebook (contenu Trille Or); voir le résultat pour la Page Facebook ci-dessus

Audience générale



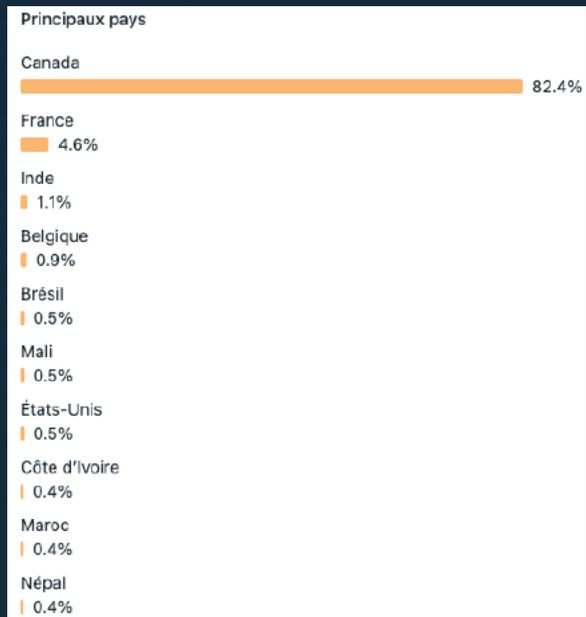
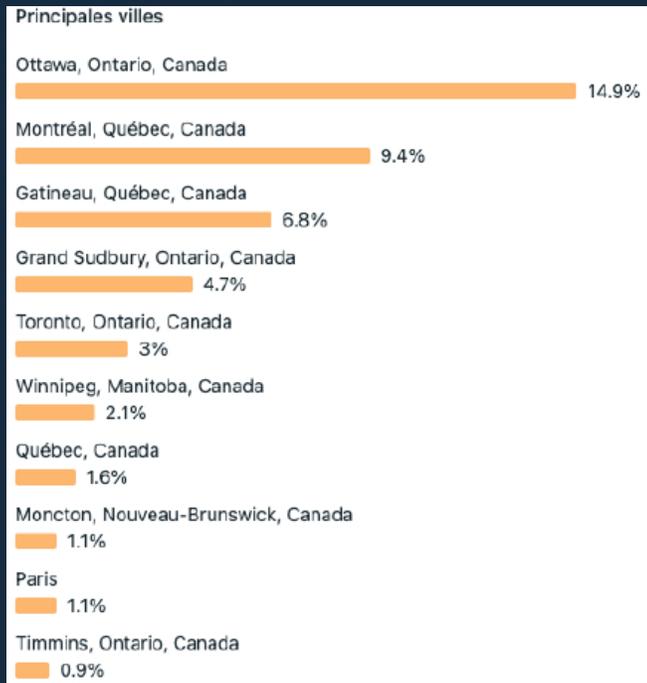
Followers de la Page Facebook
Nombre d'abonné.e.s de la Page Facebook.

Followers de la Page Instagram
Nombre d'abonné.e.s de la Page Instagram.

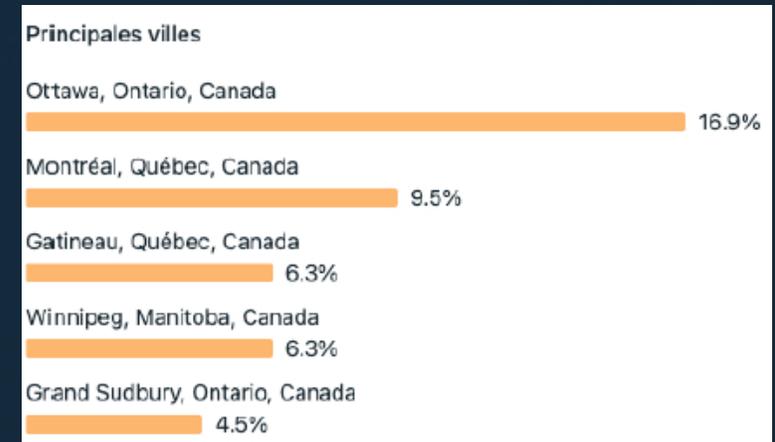
Médias sociaux

Audience générale

Facebook



Instagram



Listes de lecture APCM



NOUVEAUTÉS



NOUVEAUTÉS



NOUVEAUTÉS



NOUVEAUTÉS

La liste des nouveautés
(Actualisation chaque semaine)



LES INFLUENCES DE



Le temps
des fêtes



AUJOURD'HUI
POUR
DEMAIN



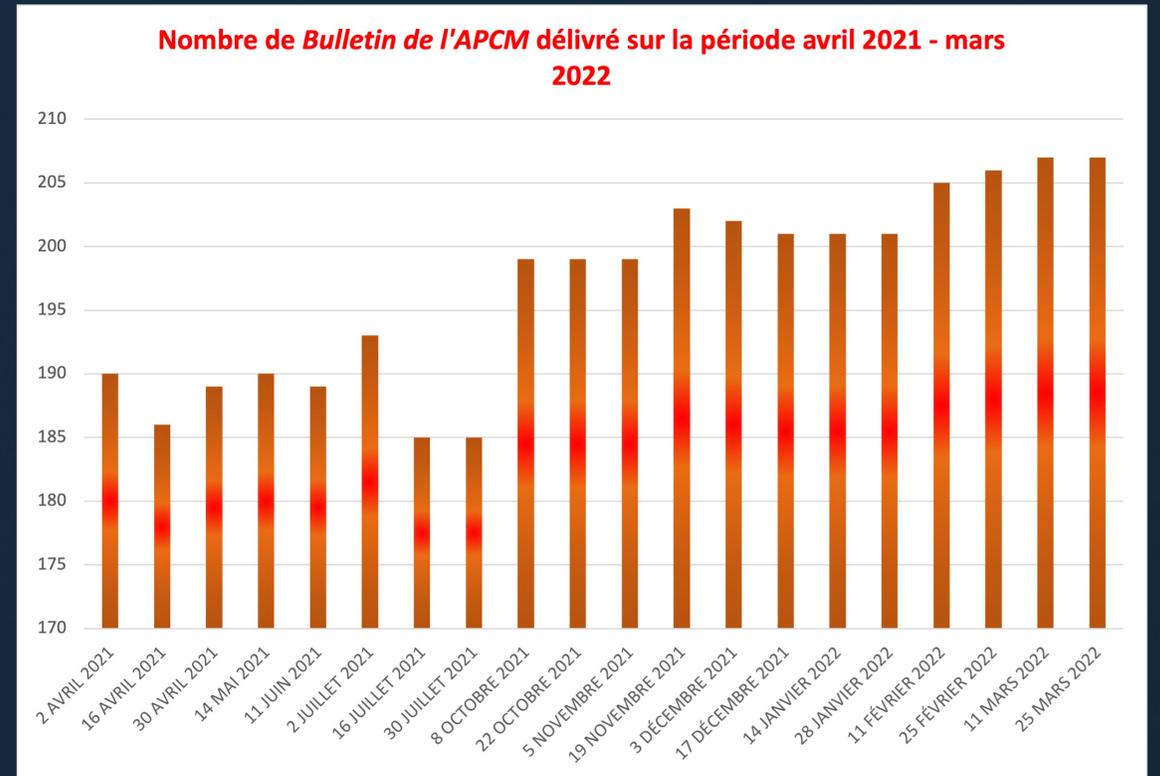
LES INFLUENCES DE

La liste des événements
(Actualisation pour des événements)

Bulletin aux membres

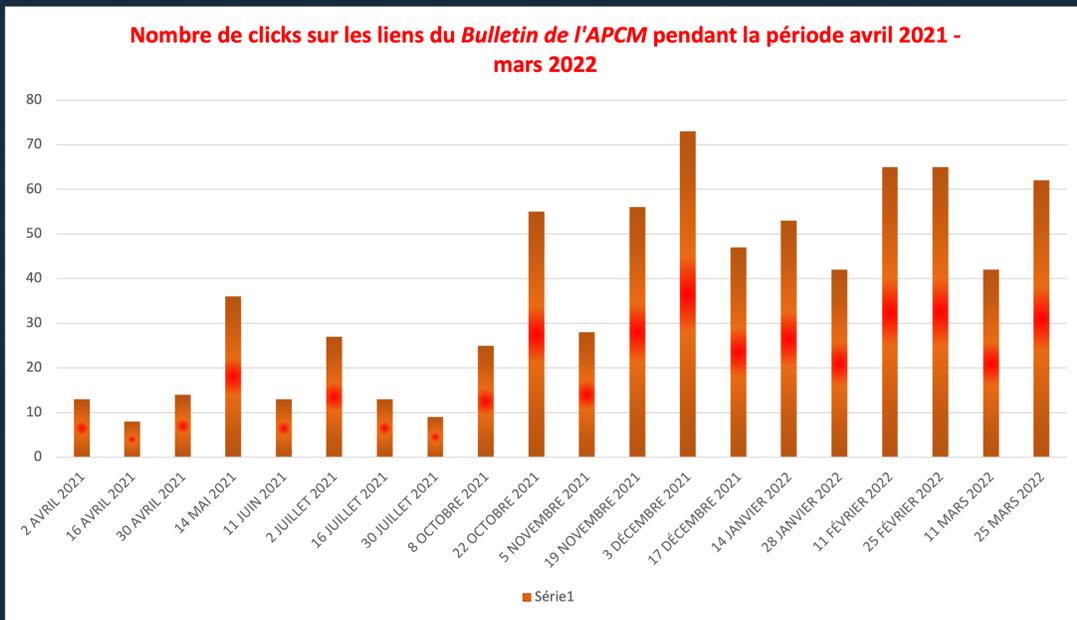
Le Bulletin est une infolettre bimensuelle envoyée exclusivement aux membres de l'APCM. Il joue le rôle de communication interne et d'outil promotionnel phare, car il contient toute information pouvant contribuer au développement de nos artistes.

Le Bulletin compile des appels à soumissions, des offres d'emplois, des annonces de subventions, des propositions de formations et autres ressources susceptibles d'intéresser les membres de l'Association.



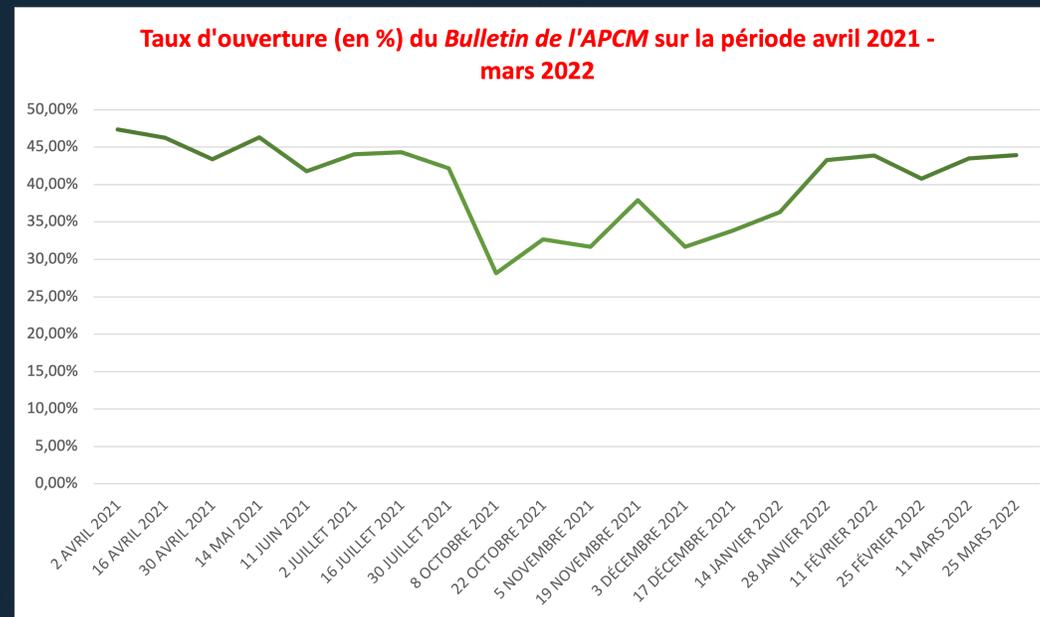
Le nombre de Bulletins délivrés a augmenté de façon constante sur la période avril 2021 à mars 2022. En effet, en juillet 2021, 185 personnes ont reçu le Bulletin contre 207 en mars 2022.

Bulletin aux membres (suite)



Le nombre de clics sur les liens du Bulletin de l'APCM a nettement augmenté sur la période avril 2021 à mars 2022. Par exemple, les clics totaux sur le mois d'avril oscillent entre 8 et 14. Pour le mois de mars, les clics totaux étaient de 42 et 62, soit sept fois plus de clics.

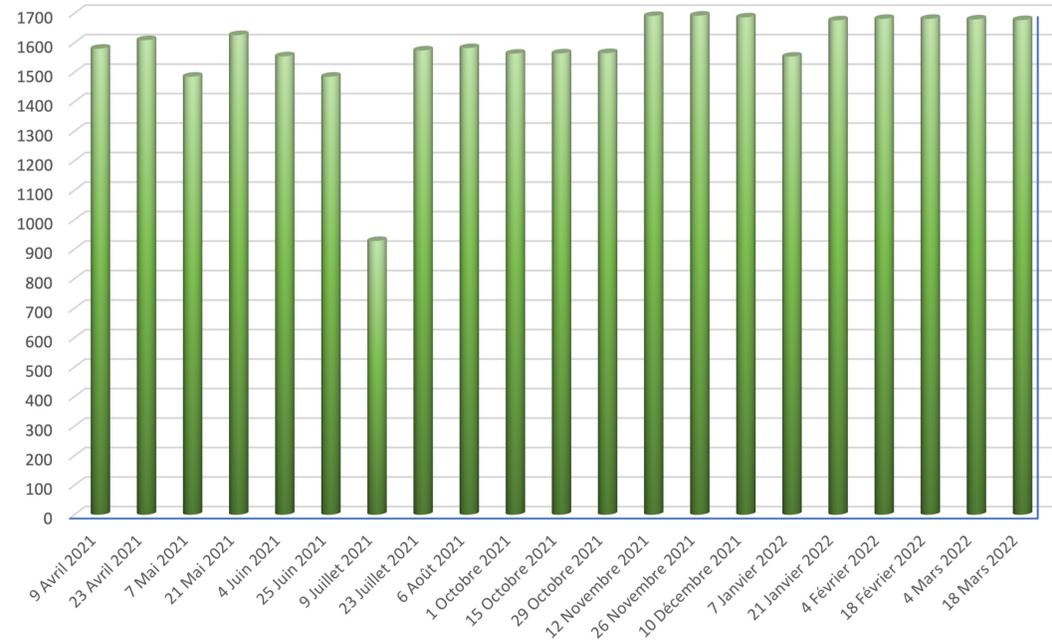
Après avoir connu une baisse entre avril et octobre 2021, le taux d'ouverture (en %) du Bulletin est reparti à la hausse et a atteint en mars 2022 des chiffres similaires à ceux obtenus à la fin avril 2021 (43,96% en mars 2022 contre 43,31% en avril 2021).



Fil de l'APCM

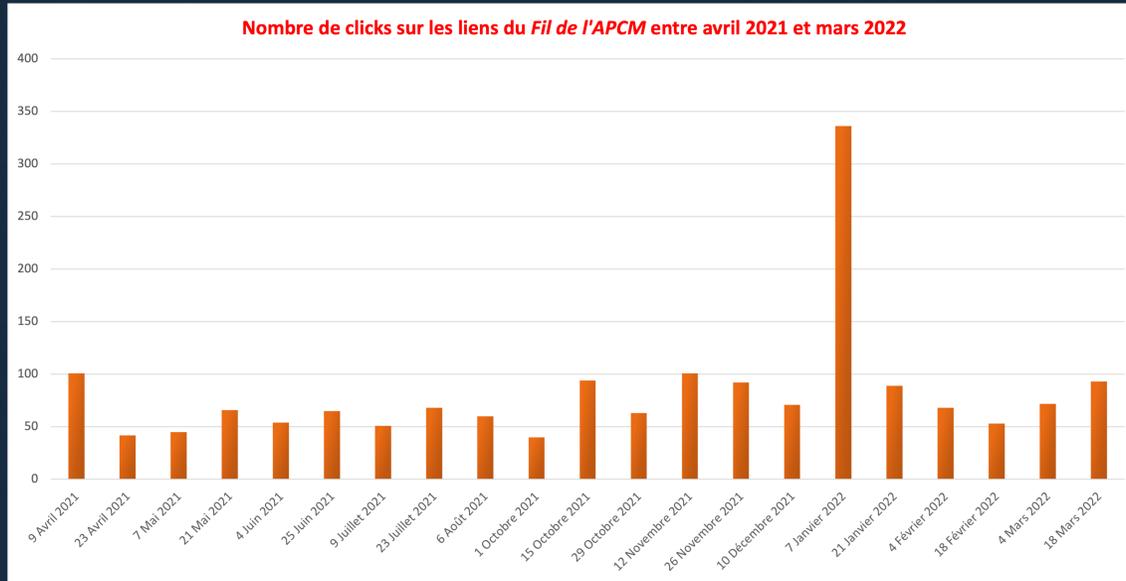
Le Fil de nouvelles de l'APCM annonce des informations sur l'Association et ses membres : dates de spectacles, sorties d'albums et vidéoclips, sans oublier la liste de lecture de nouveaux titres actualisée toutes les semaines. Le Fil est une infolettre bimensuelle envoyée au « grand public », c'est-à-dire médias franco-canadiens (incluant le Québec), partenaires, organismes, écoles, diffuseurs et autres abonné.e.s, membres ou non-membres de l'APCM. Depuis la refonte du site web, le Fil d'actualités est intégré à la section Actualités et ajouté à la page d'accueil jusqu'à la sortie du prochain Fil.

Nombre de *Fil de l'APCM* délivrés entre avril 2021 et mars 2022



Le nombre d'abonné.e.s au Fil de l'APCM a augmenté entre les mois d'avril 2021 et mars 2022. En effet, le Fil du 18 mars 2022 a été délivré 1 677 fois, contre 1 580 pour celui du 9 avril 2021 (voir le graphique *Nombre de Fils délivrés entre avril 2021 et mars 2022*).

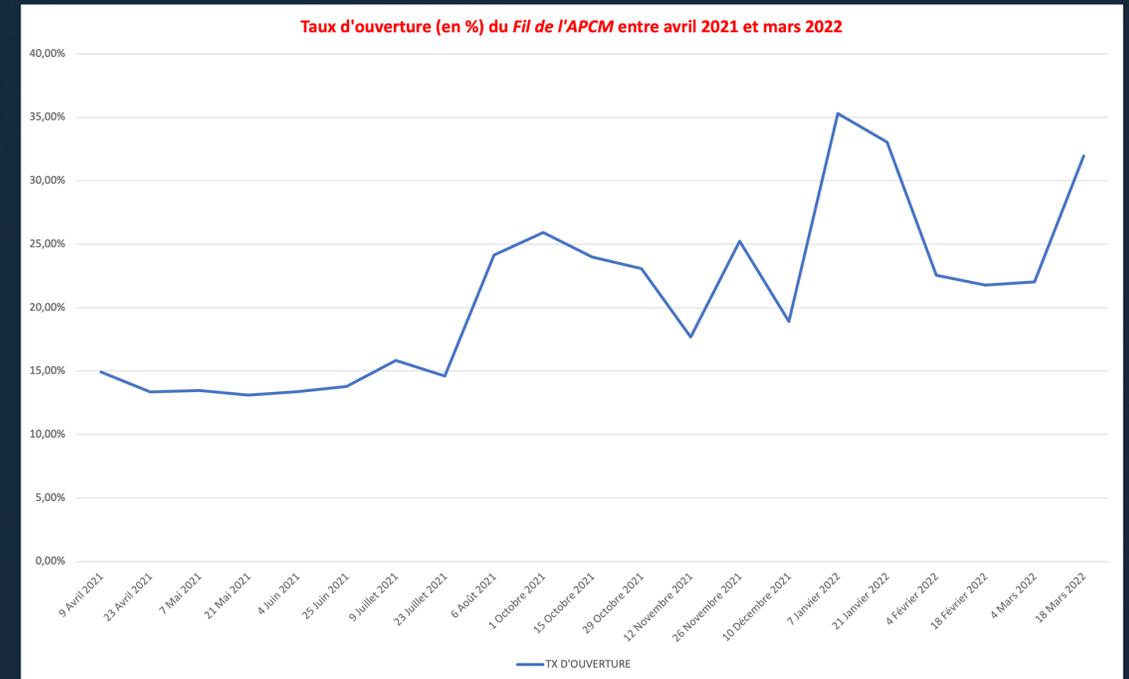
Fil de l'APCM (suite)



Le nombre de clics sur les liens du Fil des nouveautés de l'APCM reste régulier et stable sur la période avril 2021 à mars 2022. Le nombre maximum de clics a été atteint là encore avec le Fil des nouveautés APCM du 7 janvier 2022, avec 336 clics (voir le graphique *Nombre de clics sur les liens du Fil de l'APCM entre avril 2021 et mars 2022*).

Le taux d'ouverture du Fil a lui aussi nettement augmenté entre avril 2021 et mars 2022, avec un pic à 35% lors du Fil du 7 janvier 2022 (voir le graphique *Taux d'ouverture (en %) du Fil de l'APCM entre avril 2021 et mars 2022*).

* À noter que lors de la période avril 2020 à mars 2021, le taux d'ouverture n'était pas de plus de 50% comme mentionné lors du précédent rapport annuel, mais oscillait entre 11% et 23,8%.





IV – Rapport financier

Voir Annexe 1