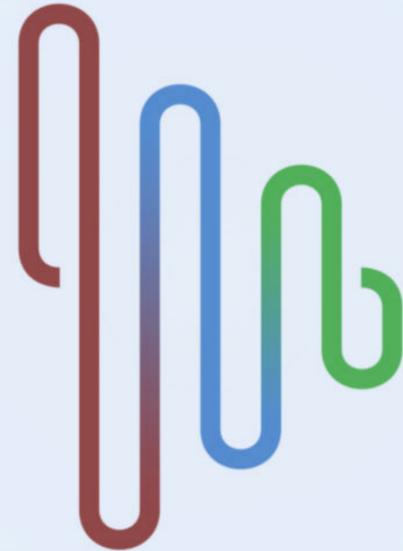


Rapport annuel 2023-2024



Association des professionnel.le.s de
la chanson et de la musique

Table des matières

Fonctionnement général	p. 3 à 14
Projets et activités	p. 15 à 36
Promotion collective <i>et communication</i>	p. 37 à 56
Annexes : 1- Rapport financier 2 - Rapport d'activités Trille Or	

Fonctionnement général

Mot de la présidence

Ce fut une belle surprise de me retrouver présidente de l'APCM cette année. Cette opportunité d'apprentissage inattendue m'a permis de voir nos membres et notre association sous un nouvel angle, ce qui s'est révélé être une expérience que j'ai fortement appréciée.

Malgré les défis auxquels notre industrie fait face, j'ai pu observer à quel point vous, membres de l'APCM, êtes non seulement talentueux et talentueuses, mais aussi tenaces et novateurs, novatrices.

L'industrie de la musique change rapidement. En tant qu'artistes, il faut continuellement réinventer notre façon d'opérer, nos stratégies de mise en marché et de communication, trouver de nouveaux moyens de faire croître notre public et notre visibilité. Au-delà de tout ça, il est primordial de développer et de maintenir une santé physique et mentale pour pouvoir être encore plus intimement en contact avec qui nous sommes, de façon authentique et intègre. C'est la façon dont on se démarque : en étant plus complémentaires et sainement soi. Ce que nous créons découle de l'entière de qui nous sommes.



Ariane Mahryke Lemire
Présidente par intérim

Merci à vous qui avez eu le courage de dévoiler le fruit de votre créativité. Sans vous, il n'y aurait pas d'APCM.

Depuis le temps que je siége au sein du CA, j'ai pu être témoin du travail formidable, éthique et impressionnant de Thomas Kriner et de sa petite équipe de guerriers et guerrières. Ce sont nos porte-paroles, nos agent.e.s de soutien dans nos projets. Ils et elles luttent pour nous et notre place dans l'industrie de la musique francophone. Dans l'année qui vient, vu que l'APCM est notre association à nous tous et toutes, et qu'elle est là pour nous, je vous encourage à être encore plus impliqué.e.s avec elle.

J'aimerais également souligner mon appréciation sincère pour nos bailleurs de fonds et partenaires sans qui plusieurs projets de l'APCM n'auraient pas eu lieu et sans qui il serait difficile, voire impossible, de continuer.

En espérant pouvoir poursuivre avec vous cette belle quête de solutions et de novations au sein de notre industrie.

Longue vie à la créativité, à l'entraide et à notre association!

Mot de la direction

Saviez-vous que 2023 était placée sous le signe du Lapin dans l'horoscope chinois? Je ne le savais pas avant de rédiger ces quelques lignes, mais je trouve l'analogie assez représentative de mon ressenti par rapport au déroulement de l'an dernier à l'APCM.

Je me suis en effet senti comme un lapin! À faire des petits bonds d'événement en événement que notre équipe a organisé au courant de l'année. Car oui, année Trille Or oblige, 2023-2024 a été chargée en ce sens, avec une moyenne d'un projet à organiser chaque mois entre septembre 2023 et mars 2024. Trille Or, Rond Point, Jamais Trop Tôt, Contact Ontariois (Studio Pitch), le festival Quand ça nous chante et Pro Fusion se sont succédés à une cadence effrénée. À petits bonds de lapins, mais à grands pas pour la membriété.

Bien qu'ils soient récurrents, c'est grâce à une équipe désormais en pleine maîtrise de ces projets que nous avons pu réaliser un gros travail de ciblage sur les formations offertes, de peaufinage sur les formulaires de candidatures et de soumissions, de priorisation sur les thématiques abordées pendant ces événements, de sorte qu'elles soient le plus cohérentes possible, en adéquation avec vos besoins spécifiques.

La vision périphérique d'un lapin peut atteindre 360 degrés (je continue d'apprendre tout en rédigeant). C'est l'une des compétences les plus importantes qui incombe à mon poste de directeur général à l'APCM. Avoir une vision globale de l'industrie, de l'organisme en interne et de ses membres, c'est pouvoir être proactif, sauter sur les opportunités et anticiper les obstacles à venir.

À ce titre, je suis très fier d'avoir travaillé avec mon collègue David sur la création d'un nouveau service intitulé Gestion APCM, qui sera opérationnel dès le 1er octobre 2024. En quelques mots, ce service permettra aux membres en distribution à l'APCM de nous mandater pour les accompagner dans les déclarations de leurs œuvres musicales et de leurs enregistrements sonores aux sociétés de gestion de droits concernées. L'objectif de Gestion APCM est que nos membres puissent recevoir toutes les redevances et royalties auxquelles ils et elles ont droit dans l'exploitation et la commercialisation de leurs œuvres. Mon espoir est de voir ce service autant sollicité que le service distribution, et ainsi faire de l'APCM un partenaire incontournable dans le développement de vos carrières respectives.

Fait marquant de l'année : j'ai eu l'opportunité, pour la première fois de ma carrière professionnelle, de me rendre au Nouveau-Brunswick dans le cadre de la FrancoFête en Acadie. Voir si les terriers étaient plus verts là-bas, ou plus précisément comprendre comment s'organise l'industrie musicale francophone à l'Est du pays.

Je me suis rendu compte que la situation là-bas est assez similaire à celle qu'on vit en Ontario ou dans l'Ouest canadien. À savoir, un réseau de diffusion pas toujours homogène, des structures d'encadrement ou entreprises pas si nombreuses que ça, et un paquet d'artistes autoproduit.e.s livré.e.s à elleux-mêmes. Heureusement pour nous, on a l'APCM!

Comme il est important de le rappeler, l'APCM est une association unique en son genre, de par son mandat 100% musical et sa représentativité géographique (Ontario et Ouest). Quelle chance d'avoir cet organisme et ses ressources à notre disposition; moi en tant qu'employé et vous en tant qu'artistes ou partenaires. Ne la prenons pas pour acquis!



Thomas Kriner
Directeur général,
développement et partenariats

Remerciements

L'APCM a pu compter sur une équipe stable pendant l'année 2023-2024, ce qui a grandement facilité la livraison de nos différents projets et services.

Tous les accomplissements, les réussites, les bons coups, sont à mettre à leur crédit, et je tiens du fond du cœur à souligner leur engagement dans leur travail. David, Émilie, Sophie, Jonas et Liette, merci pour tout ce que vous donnez à l'APCM et pour le professionnalisme dont vous faites preuve dans le cadre de vos fonctions.

Sachez que les membres du conseil d'administration ont été grandement sollicité.e.s cette année pour siéger sur des comités de révision ou de gouvernance. Chacun et chacune a répondu présent.e, contribuant aux discussions et prenant des décisions pour l'intérêt commun. Ariane Marhÿke Lemire, Michel Laforge, Daniel Sauvé, Céleste Lévis, Jeff Homère, Kaede Nguyen et Brian St Pierre, sincères remerciements pour votre dévouement et votre disponibilité!

D'autres membres ont quitté le CA au courant de l'année, à savoir Alain Legrand, Jessy Lindsay et Stef Paquette. Il est important de souligner leur implication et leurs contributions apportées dans le cadre de leurs mandats respectifs.

La collaboration avec la firme M3 Consultations, représentée par Martine Aubé, a porté fruit. Nous sommes en cours de révision de toutes les politiques régissant l'association et pouvons d'ores et déjà vous présenter la mise à jour des Statuts et réglementations administratifs pendant cette AGA. Le reste du travail sera davantage visible sur la prochaine année financière.

Saluons également une équipe qui travaille dans l'ombre mais qui répond toujours à l'appel, celle d'Axmith & Robin. Mélanie, Craig et Justin sont les personnes derrière la refonte du site de l'APCM et du microsite Trille Or. Cette équipe spécialisée en développement web, basée en Ontario, est toujours à l'écoute, disponible et adaptable à nos besoins. C'est toujours un plaisir de collaborer avec elle.

Saluons également une équipe qui travaille dans l'ombre mais qui répond toujours à l'appel, celle d'Axmith & Robin. Mélanie, Craig et Justin sont les personnes derrière la refonte du site de l'APCM et du microsite Trille Or. Cette équipe spécialisée en développement web, basée en Ontario, est toujours à l'écoute, disponible et adaptable à nos besoins. C'est toujours un plaisir de collaborer avec elle.

Nos bailleurs de fonds nous appuient presque toujours dans les initiatives que nous désirons déployer. Alors un grand merci à Musicaction, Patrimoine Canada, le Conseil des arts de l'Ontario, Ontario Créatif, le ministère de l'éducation de l'Ontario et Fonds RadioStar pour leur soutien.

L'APCM fait partie d'un réseau plus large de collaborateurs et collaboratrices avec qui nous sommes en contact régulièrement. Que ce soit l'ANIM, Réseau Ontario, l'Alliance culturelle de l'Ontario, le Réseau national des Galas de la chanson, Théâtre Action ou encore les intervenant.e.s en milieu scolaire, sachez que nous chérissons ces partenariats et alliances.

Trille Or permet à l'APCM de tisser des liens plus ponctuels avec certaines organisations qui permettent tout simplement de garder ce magnifique projet en vie. Soulignons l'apport du Centre national des Arts, de Sirius XM, de la Fédération culturelle-canadienne française, du Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens, d'Unique FM, du magasin de musique Steve's, de Culture Cible, du MICRO, de l'ARCOT, de la Coalition de l'industrie musicale d'Ottawa, de RugiComm et de Diffusart Media dans le processus de production et de diffusion du Gala Trille Or 2023.

Enfin merci à vous toutes et tous, membres, vous qui continuez à produire de la musique, tourner en spectacles, présenter des ateliers, donner des formations... et ainsi continuer à alimenter l'APCM de beaux projets.

L'équipe



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



Jonas Allamanno
Responsable des événements artistiques



Sophie Moreau-Parent
Coordonnatrice de projets



Liette Robichaud
Coordonnatrice des finances et de
la comptabilité



Laëtitia Busanga
Responsable du service Gestion APCM
arrivée en juillet 2024

Le conseil d'administration



Stef Paquette

Président

jusqu'au 28 novembre 2023



Ariane Mahryke Lemire

Administratrice et présidente par intérim



Michel Laforge

Administrateur et vice-président



Céleste Lévis

Secrétaire-trésorière



Jeff Homère

Administrateur



Kaede Nguyen

Administratrice



Daniel Sauvé

Administrateur



Brian St-Pierre

Administrateur

depuis mai 2024

Services offerts



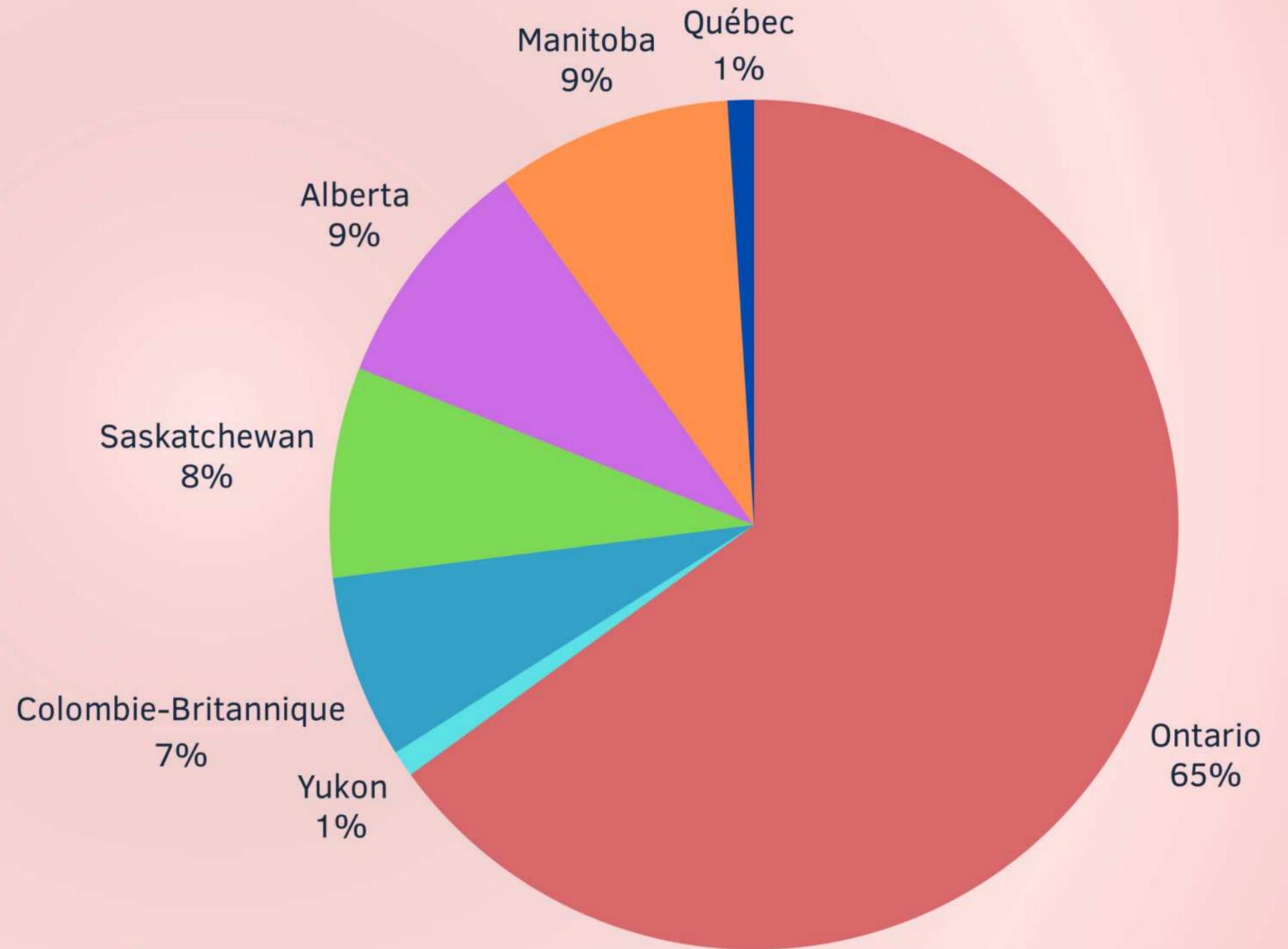
Liste des 101 membres de l'APCM

Rapport annuel 2023-2024

Ai Rei Dooh-Toussignant (Ink Sticks & Stones)	Eric Dubeau	Johanne Lefebvre (Jojo)	Nathalie Nadon
Alain Bourget (123 GO Productions)	Eric Morin	José Bertand (Groupe JKB)	Patrick Pharand
Alain Desrochers (Soir de Semaine)	Eric Foisy	Justin André Lacroix (Veloce André)	Paul Cournoyer
Alex Milaire (Moonfruits)	Étienne Bellemare (SPMTY)	Kaede Nguyen (Kaiday)	Paul Demers
Alexis Normand	François Dubé	Kelly Bado	Philippe Doucet (Dulcimer)
Aline Homza	Frederic Boutin	Kelly Lefavre (ARIKO)	Philippe Flahaut
Alpha Toshineza	Gabriel Lavoie	Kevin Daoust (Hey, Wow)	Pier-Bernard Tremblay (DJ Unpier)
Anique Granger	Geneviève Freynet (Flora Luna)	Leila Reguigui	Pierre Sabourin
Ariane Jean (Sala)	Geneviève Toupin	Lévi Soulodre (Les Pxrtails)	Pierre Rivard (Centre culturel francophone de Vancouver)
Ariane Mahryke Lemire	Geneviève Ethier (L'Écho d'un peuple)	Liautaud Philogène (KingH509)	Rayannah Kroeker
Bernard Salva	Geneviève Roberge-Bouchard (Geneviève et Alain)	Loig Morin	Rhéal Poirier
Brian St-Pierre	Guy Madore	Louise Chiasson	Robert Paquette
Cécilia Rodriguez-Beaudoin	Héloïse Charrette-Yelle (Héloïse Yelle)	Marc Beaudin	Sarah Howard
Céleste Lévis	Isabelle Mercier	Marc-Antoine Joly	Serge Monette
Célia Néplaz	Isabelle Cliche	Marcel Aymar	Shawn Jobin
Chantale Trottier	Jason Golden (Prospect Nelson)	Marie-Véronique Bourque	Sophie Moreau-Parent (Sophie D'Orléans)
Claire Morrison (Fire & Smoke)	Jean Cloutier	Mariette Lafrance	Stéphane Paquette
Claude Faucon	Jeff Homère (LeFLOFRANCO)	Mario Lepage (Ponteix)	Suzanne Leclerc (VAZZY)
Créations In Vivo (Vaches, the Musical)	Jessie Simmons	Mathieu Gauthier (De Flore)	Suzanne Kennelly
Daniel SauvÉ (R17)	Jessy Lindsay	Matt Stern	Suzanne Pinel
David Poulin	Joanne Morra	Mélanie Brulée	Sympa César
Denyse Marleau (Les Sœurs Marleau)	Jocelyne Baribeau	Michel Laforge (Pines/Telecolor)	Thomas Chevalier
Edouard Landry	Joël Lavoie	Michel Paiement	Véronique Trudel
Élodie Dorcel (Élodie Orsei)	Joëlle Roy	Mimi O'Bonsawin	Woodney Pierre
		Mireille Moquin	Yanick Mbukulu (Kimya)
		Mitch Jean	Yaovi Hoyi (Yao)
		Natalie Aloessode-Bernardin (Amixie)	

Répartition des 101 membres par province

Ontario	66
Manitoba	9
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	7
Yukon	1
Québec	1



Les partenaires



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO
an Ontario government agency
un organisme du gouvernement de l'Ontario

musicaction

Canada



ONTARIO
CRÉATIF



Ministère de l'Éducation



CENTRE NATIONAL DES ARTS
NATIONAL ARTS CENTRE
Le Canada en scène. Canada is our stage.

S A W



Fédération
culturelle
canadienne-
française



CULTURE
CIBLE



Alliance nationale de
l'industrie musicale

fondsradiostar



RÉSEAU
ONTARIO

believe®



apcm

rapport annuel 2023-2024

Les partenaires



CANADIAN
SONGWriters
HALL OF FAME

PANTHÉON DES
AUTEURS ET
COMPOSITEURS
CANADIENS

MOUVEMENT DES INTERVENANT.E.S EN
COMMUNICATION RADIO DE L'ONTARIO



ma première
place
des arts



OTTAWA MUSIC
INDUSTRY COALITION

COALITION DE L'INDUSTRIE
DE LA MUSIQUE D'OTTAWA



MétaMusique



Les partenaires (suite)



Projets et activités

Distribution numérique

Grandes modifications des plateformes

Tel qu'annoncé dans le dernier rapport annuel, la diffusion numérique connaît du changement quant à son mode de fonctionnement. Les *playlists* éditoriales étaient le principal moyen de mise en valeur sur les plateformes d'écoute numériques à partir de la pandémie, mais ce modèle a encore quelque peu été modifié depuis le revirement observé pendant 2022-2023.

Chez Spotify

La plateforme Spotify fait partie de ce principal changement. Cheffe de file sur le marché de l'écoute en continu, elle fonctionne maintenant majoritairement avec des listes de lecture personnalisées pour chaque auditeur.trice, grâce aux algorithmes. Les listes éditoriales francophones au Canada sont devenues très difficiles d'accès et sont maintenant très minoritaires, ce qui favorise d'autres aspects. Notamment l'utilisation des radios, la recommandation d'artistes de façon algorithmique et la proposition d'un nouveau mode de découverte. Ce nouveau *Discovery Mode* sert à mettre de l'avant à la fois les nouveautés de nos membres et des chansons de leur catalogue.

Sur l'année 2023-2024, environ 57 titres ont bénéficié de ce nouveau *Spotify Discovery Mode*, avec une optimisation de catalogue estimée à un gain de 68 600 *streams* générés grâce aux différentes campagnes.

Une campagne permet d'augmenter le taux de *streams* d'environ 13%, mais il est important de noter que le *Spotify Discovery Mode* a un taux de rémunération inférieur à la moyenne. De plus, cette hausse n'est pas automatique : elle s'obtient par les soins de la distribution. Les *pitchs* aux plateformes, l'enregistrement des métadonnées et la rigueur autour des échéanciers sont des facteurs déterminants dans la qualité de ce travail. C'est ensuite la performance du titre dans les premiers instants suivant sa sortie qui l'aide à rester ou non dans la valorisation des algorithmes. Ce calcul prend en compte le nombre de sauvegardes, le temps moyen d'écoutes, etc.

Chez Apple

La deuxième plateforme dominante du marché quant à elle, Apple Music, semble toujours s'appuyer sur les listes de lectures éditoriales. Pendant 2023-2024, 9 projets de membres APCM Distribution ont bénéficié des listes de lecture éditoriales sur cette plateforme. Le gain estimé est d'environ 1000 *streams* pour l'ensemble de ces projets.

Distribution numérique

Un service qui fait ses preuves

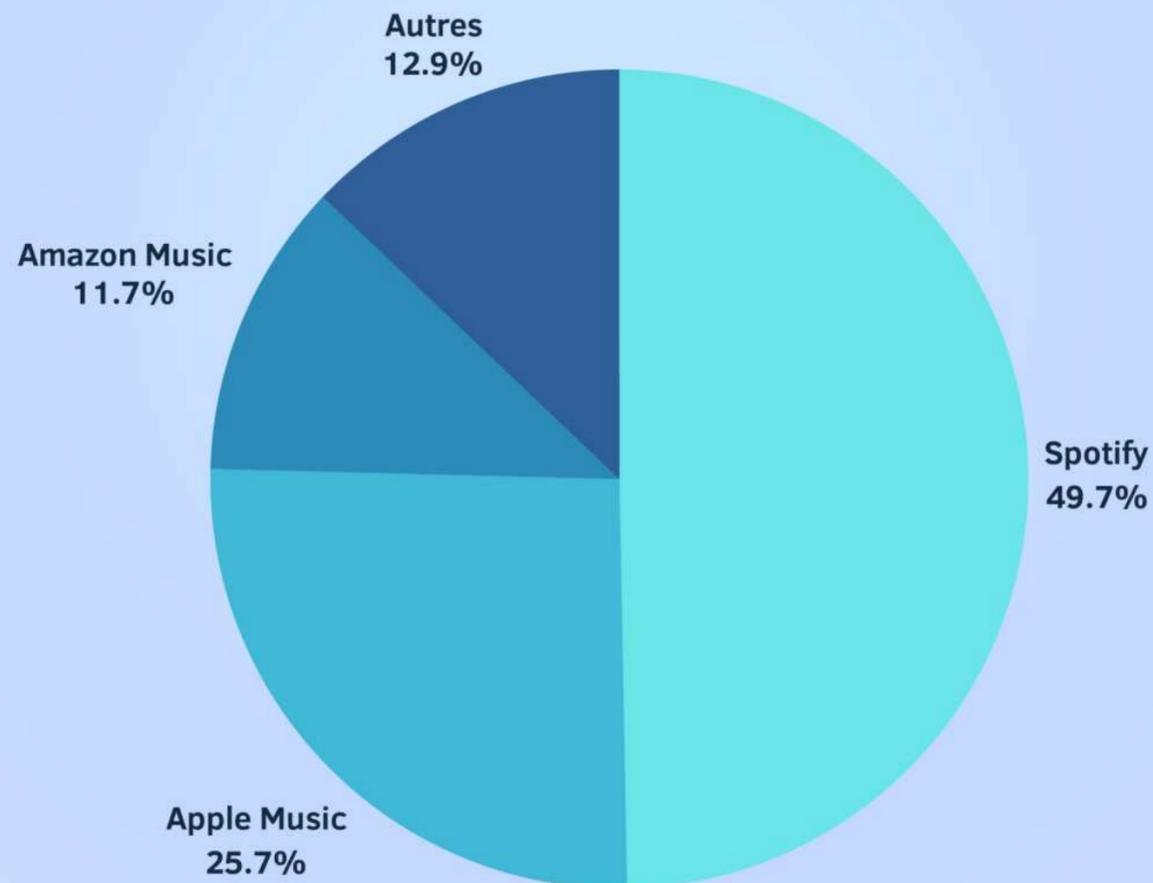
Même avec ces changements sur les plateformes d'écoute, le service de distribution continue de bien fonctionner.

En 2023-2024, 39 projets ont été distribués et 34 ont été accompagnés (6 albums, 4 EP et 24 simples). Ce qui représente une légère baisse comparée à l'année 2022-2023, puisque l'été 2023 a été marqué par des mois de juin et juillet très calmes.

En termes de **performances**, le catalogue de l'APCM a généré 1 765 352 *streams* – une augmentation de 35% par rapport à l'année dernière.

En termes de **redevances**, le catalogue de l'APCM a généré 9 907,81\$ – une augmentation de 54% par rapport à l'année dernière.

Répartition des écoutes selon les plateformes



Autres chiffres intéressants :

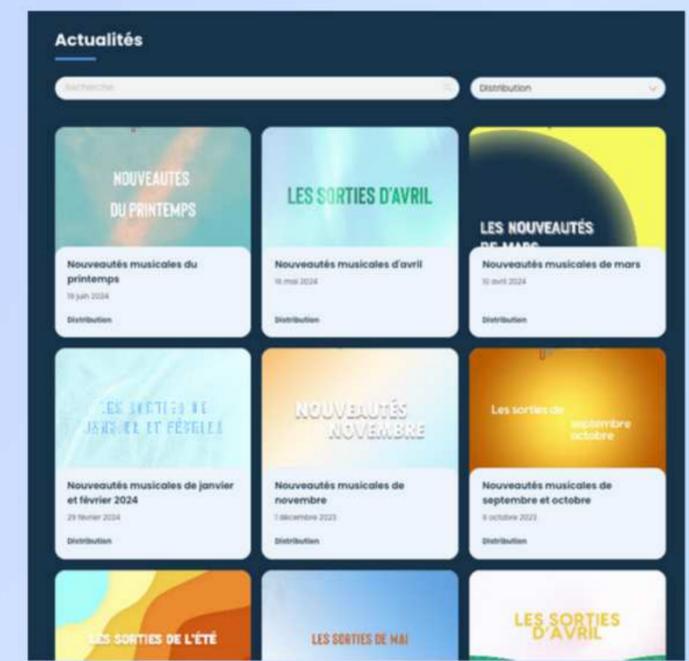
- **544** téléchargements de titre
- **108** téléchargements d'album
- **11 200** enregistrements Shazam (identification de contenu musical)

Régularité promotionnelle

APCM Distribution continue d'envoyer les nouveautés de ses membres au grand public et aux médias par le biais d'une **infolettre mensuelle**. De plus, encore à chaque semaine, notre **liste de lecture Nouveautés musicales APCM** est actualisée. Elle met en vedette un.e membre en distribution à travers la miniature et cette mise de l'avant se poursuit dans nos outils promotionnels, c'est-à-dire réseaux sociaux, site web et Fil d'actualités de l'APCM.

Distribution numérique

Infolettre APCM Distribution



Distribution numérique

Sorties des membres

The image displays a grid of 32 promotional images for digital releases, arranged in four rows and eight columns. Each image features a different artist or group of artists, and the word "NOUVEAUTÉS" is prominently displayed at the bottom of each image. The images are set against various backgrounds, including nature, urban settings, and studio environments. The overall aesthetic is diverse and artistic.

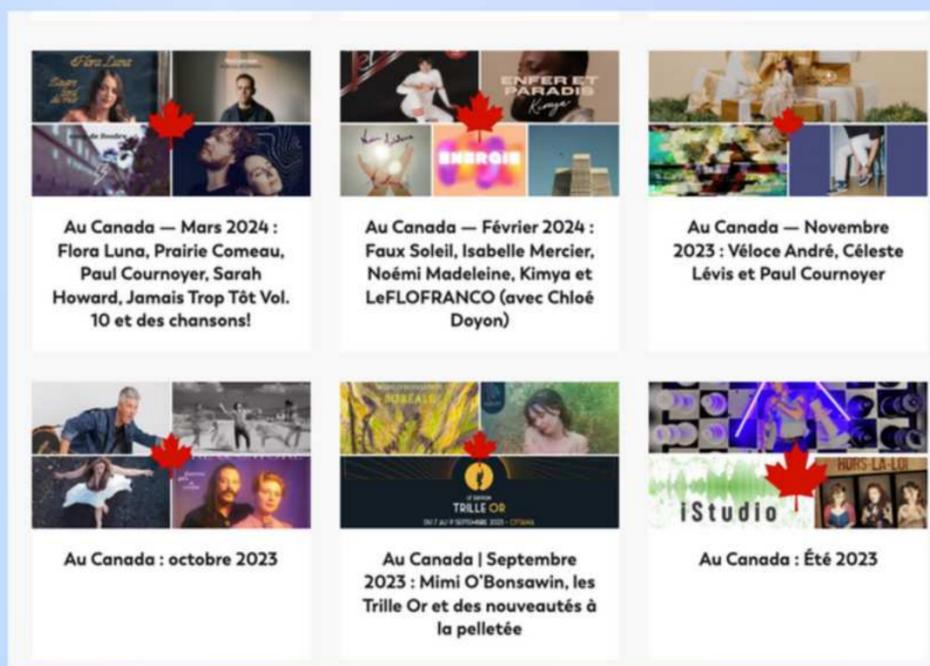
NOUVEAUTÉS							
NOUVEAUTÉS							
NOUVEAUTÉS							
NOUVEAUTÉS							

Distribution numérique

Partenaires durables

Les partenariats avec le service de distribution existent toujours, notamment dans le cadre de listes de lecture thématiques pour des événements marquants de l'année. Avec la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF), nous avons présenté une *playlist* pour Noël et pour la St-Valentin.

Le Canal Auditif continue également ses chroniques mensuelles Au Canada à propos des nouveautés de nos membres en distribution.



Nous jouons aussi un rôle de consultant auprès de Hearst Média afin de suggérer des entrevues avec des artistes APCM Distribution qui ont des sorties récentes.



Nos listes thématiques francophones en partenariat avec la FCCF



Service de gestion administrative

Pendant l'année 2023-2024, l'APCM a développé un nouveau projet qui sera mis en place sur l'année 2024-2025. Dans une volonté de mieux accompagner les artistes autoproduit.e.s et de les délester d'une charge de travail administrative souvent trop éprouvante, l'APCM a créé un nouveau service bâti autour de la gestion administrative de sa membréité.

Ce service sera livré par la responsable de la gestion administrative, Laëticia Busanga, qui a rejoint l'équipe en juillet 2024 pour pourvoir ce tout nouveau poste.

Gestion APCM veut apporter une solution aux artistes sans encadrement leur permettant d'être suivi.e.s et guidé.e.s avec cette charge de travail. Il servirait aussi à mieux former nos membres sur leurs connaissances des droits et des sociétés de gestion, et donc de mieux comprendre les chemins de l'argent.

La création de ce service a surtout pour objectif d'accompagner et de professionnaliser les membres autogéré.e.s de l'APCM sur trois axes principaux :

- 1 – la gestion administrative sur l'enregistrement sonore et l'œuvre musicale,
- 2 – l'administration des subventions et
- 3 – la gestion administrative du spectacle vivant.

Ces 3 axes seront déployés de façon progressive sur les prochaines années.

Trille Or (12e édition)

L'année 2023 était synonyme de Trille Or pour l'APCM. Événement bisannuel, il récompense l'excellence de la musique franco-canadienne provenant des provinces de l'Ontario et de l'Ouest. La 12e édition marquait un retour en présentiel et s'est ainsi tenue du 7 au 9 septembre de l'année dernière. Au total, 31 artistes et projets musicaux de l'Ontario, de la Colombie-Britannique, du Manitoba et de la Saskatchewan étaient en nomination dans 22 catégories différentes. C'est en tout 24 prix qui ont été remis tout au long de la « semaine Trille Or »; s'ajoutant aux 22 catégories, nommons les prix Hommage et Bâtitseur Paul-Demers.

À l'occasion de cette dernière édition Trille Or, l'APCM proposait une variété d'activités à destination de ses membres et des professionnel.le.s de l'industrie musicale, avec des vitrines, des conférences et panels, des remises de prix et des opportunités de réseautage. Réunissant ainsi plus d'une vingtaine d'intervenant.e.s du milieu, les thématiques suivantes ont été abordées : musique et santé auditive, écoresponsabilité dans l'industrie musicale, développement de projets émergents, fidélisation de son public, modèles économiques dans l'industrie musicale et construction d'une stratégie de sortie d'EP ou d'album.



12^e ÉDITION
TRILLE OR



Trille Or (12e édition) – suite

Point d'orgue d'un événement de trois jours, le 12e Gala Trille Or a rassemblé plus de 300 personnes au Théâtre Babs Asper (CNA) le samedi 9 septembre 2023. Pour cette occasion, une formule non télévisée a été décidée. C'est Éric Robitaille qui a assuré la présentation et l'animation de la cérémonie d'une main de maître. Chapeauté par la directrice artistique Kristell Le Nôtre, le gala a été marqué par des performances mémorables d'Étienne Fletcher, Anique Granger, Mélissa Ouimet, Céleste Lévis, Ponteix, Joly, Beau Nectar, les Rats d'Swompe, Shawn Jobin, Yao et Matt Stern.

L'APCM se félicite du succès et des répercussions positives de ce 12e Trille Or. Une réussite que nous pouvons contempler d'encore plus près en écoutant le balado *D'une francophonie à l'autre*, mettant en lumière la carrière et l'histoire de quelques nommé.e.s et lauréat.e.s. La série audio de 7 épisodes, une production de l'APCM en partenariat avec Culture Cible, est décrite plus en détails dans la section Promotion collective et communications de ce rapport annuel.



Rond Point (9e édition)

Ce projet annuel en trois résidences artistiques est destiné à la relève musicale franco-ontarienne. Son objectif est d'outiller chaque participant.e afin qu'ils/elles puissent poursuivre une carrière musicale. La 9e édition de Rond Point a réuni trois artistes d'Ottawa : Dulcimer, Jessie Simmons et Chantale Trottier. Ces artistes émergent.es ont été tout au long des résidences supervisé.es et accompagné.es par la directrice musicale et artistique du projet Anique Granger.

Le premier volet s'est tenu du 4 au 6 octobre 2023 au Club SAW (Ottawa). Les participant.es ont pu travailler leurs compositions et arrangements avec Anique Granger et ont participé à des formations individuelles; en écriture de texte avec Ariane Mahryke Lemire et en identité artistique avec Félix Brochier (Moonshine). Les résident.e.s ont également assisté à des formations collectives. Lors d'un dîner-causerie, les réseaux francophones dans l'industrie musicale ont été présentés par Thomas Kriner (APCM) et l'avocat en droit des arts Bertrand Menon (MENONB) a abordé les bases de la négociation de contrats.



Rond Point (9e édition) – suite

La deuxième résidence s'est déroulée du 16 au 19 novembre 2023 à l'Audio Valley Recording Studio (Ottawa). Dulcimer, Jessie Simmons et Chantale Trottier ont enregistré une de leurs chansons avec l'aide d'Anique Granger à la réalisation. En marge des séances d'enregistrement, les artistes ont reçu des formations de la part de l'APCM, sur la mise en marché numérique et sur les montages financiers d'un projet musical. Cette résidence en studio a également renforcé l'esprit collaboratif dans cette nouvelle cohorte en vue du spectacle de fin d'année.

La troisième et dernière session de travail intensif a eu lieu du 11 au 14 décembre 2023 au Club SAW à Ottawa. Encadré.es par Anique Granger et leur coach en interprétation vocale et scénique Rosie Valland, les trois artistes ont mis sur pied un spectacle collaboratif présenté le 14 décembre devant une centaine de personnes, lors d'une soirée conjointement organisée avec la Coalition de l'industrie musicale d'Ottawa (CIMO).



Rond Point (9e édition) – suite

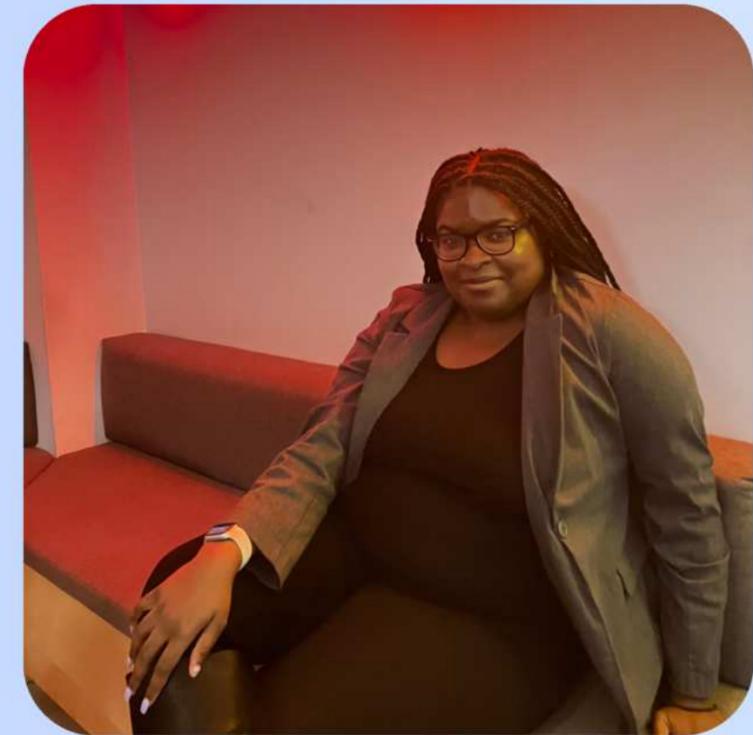
À l'issue des trois résidences, les participant.es se sont vu remettre différents prix bénéfiques pour l'avancement de leur carrière en musique. Dulcimer a pu accéder aux demi-finales du Grand Concours Hydro-Québec du Festival international de la chanson de Granby et participer au Camp Chanson ACI de Petite-Vallée. Chantale Trottier a elle aussi reçu le prix de participation au Camp Chanson ACI de Petite-Vallée, ainsi qu'à la résidence artistique Du Haut des Airs Canada. À noter que Jessie Simmons a été sélectionnée pour les demi-finales au FICG, mais a dû refuser le prix pour des raisons personnelles.



Dulcimer



Chantale Trottier



Jessie Simmons

Studio Pitch International à Contact Ontariois

En marge du rassemblement annuel Contact Ontariois, l'APCM a organisé une activité Studio Pitch International le mercredi 17 janvier 2024. S'adressant à des artistes établi.e.s, le Studio Pitch permet à des projets musicaux d'être présentés sous forme de court extrait de spectacle devant un comité d'écoute composé de professionnel.le.s de l'industrie musicale – puis de recevoir une rétroaction complète. L'objectif étant de permettre aux participant.e.s d'optimiser l'exportation de leurs projets sur d'autres marchés.

En janvier dernier, Mimi O'Bonsawin et Alexis Normand ont eu l'opportunité de jouer plusieurs de leurs chansons devant une quinzaine d'intervenant.e.s venant de France, de Belgique, de Suisse et d'Afrique francophone. Agissant comme un véritable tremplin, le Studio Pitch International 2024 a permis à Mimi O'Bonsawin d'entrer dans la programmation du festival de musiques actuelles Changez D'Air à Lyon(FR).



Mimi O'Bonsawin



Alexis Normand



Retroaction sur l'exportation du projet

Pro Fusion (4e édition)

La quatrième édition de cette résidence virtuelle d'accompagnement artistique et entrepreneurial a eu lieu du 26 au 28 mars 2024. Tenues en virtuelles, les formations visaient un accompagnement personnalisé auprès d'artistes avancé.e.s dans leur carrière professionnelle. Trois projets ont été sélectionnés parmi la dizaine de candidatures reçues : Geneviève et Alain, Kelly Bado et Ponteix – accompagné de sa gérante Nathalie Bourget (RubisVaria).

Les artistes Pro Fusion ont pu profiter de l'expertise de plusieurs professionnel.le.s de l'industrie musicale franco-canadienne et québécoise, notamment Yan Bienvenue (Maison Pingouin), mentor pour la deuxième année consécutive. Lors de la première journée, après une activité brise-glace avec l'ensemble de l'équipe APCM et de Yan Bienvenue, les participant.e.s ont obtenu une formation individuelle en stratégie et campagne marketing numérique donnée par Shanti Loiselle (Shanti Loiselle MKG). S'en est suivie une formation sur l'optimisation du référencement web avec Josée Plamondon.



Geneviève et Alain



Kelly Bado



Ponteix



Pro Fusion (4e édition) – suite

La deuxième journée a commencé par une activité collective sur la négociation de contrats donnée par l'avocat en droit des arts Bertrand Menon (MENONB).

En après-midi, les artistes se sont prêté.e.s à l'exercice du *pitch* session d'écoute qui se terminait par une période de rétroaction sur leur identité visuelle et futures sorties. Plusieurs professionnel.le.s du milieu composaient le panel d'écoute : Marie-France Pépin (Bravo Musique), David Mitchell (Blues Skies Turn Black), Marc-André Mongrain (Sors-tu), Anne Tardif (Gong Communications) et le mentor de l'édition 2024, Yan Bienvenue.

La dernière journée était consacrée au diagnostic artistique de Yan Bienvenue. Le concept de ce tête-à-tête entre mentor et mentoré.e.s est de repérer différents points de blocage et axes à peaufiner dans le développement de leur carrière respective. À l'issue de la résidence, les participant.e.s se sont vu attribuer une aide financière servant à travailler sur les blocages identifiés et à l'accompagnement dans leurs projets à venir.



Marc-André Mongrain



David Mitchell



Shanti Loïselle



Anne Tardif



Marie-France Pépin

Notre collaboration avec @shantilmkg a donné lieu à un reel Instagram publié en juillet 2024. La vidéo fait la promotion de notre résidence d'accompagnement et des artistes de la cohorte Pro Fusion 4e édition.



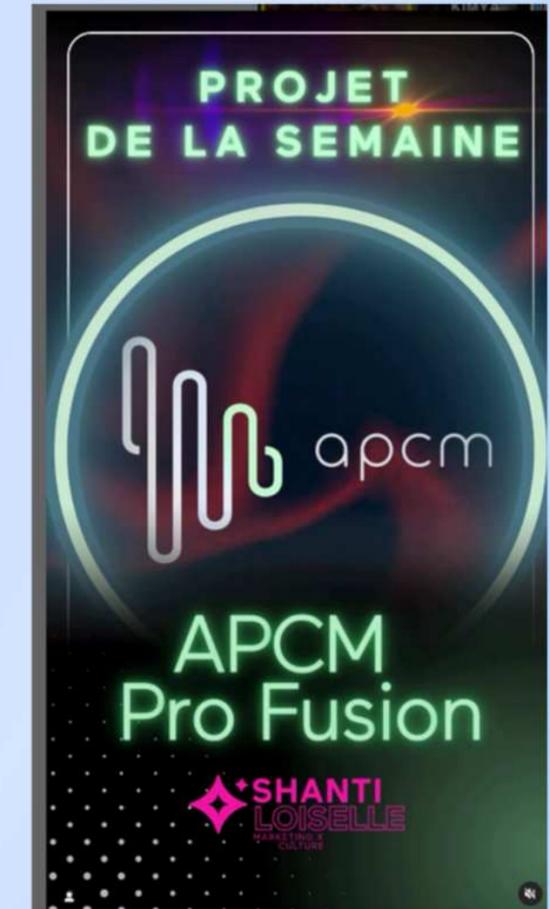
Yan Bienvenue



Bertrand Menon



Josée Plamondon



Quand ça nous chante (20e édition)

Le festival Quand ça nous chante (QCNC), qui s'est déroulé du 08 au 11 février 2024 à l'École secondaire catholique Algonquin à North Bay, a impliqué la participation de 15 écoles provenant de 7 conseils scolaires différents, pour un total de 148 participant.e.s. Cela représente une augmentation de 4 écoles (25 participant.e.s) comparativement à l'édition précédente.

La marraine de cette 20e édition, Mélissa Ouimet, a été sélectionnée par un comité d'élèves de l'école hôte. En plus de son spectacle, le festival a présenté sur scène les artistes franco-ontarien.ne.s Mehdi Cayenne, Kiday et Inks Sticks & Stones, en plus des franco-canadien.ne.s Sympa César et Parazar. La programmation incluait également Café Chantant, un groupe de finissant.e.s de l'ÉSC Algonquin et ancien.ne.s participant.e.s de QCNC. Ces jeunes de la relève musicale ont offert une performance professionnelle fort inspirante pour le public, en première partie de Mélissa Ouimet.



Mélissa Ouimet



Mehdi Cayenne



Kiday



Parazar



Sympa César

QCNC (20e édition) – suite

Durant le festival, des artistes professionnel.le.s ont offert un total de 34 ateliers en petits groupes. Afin d'offrir plus de clarté aux participant.e.s lors de la sélection de leurs ateliers, nous avons identifié des thématiques plus spécifiques et des questions ont été ajoutées au formulaire de soumission des formateurs.trices.

Voici la liste des thématiques à l'horaire de QCNC 2024 :

- Batterie : Apporter des nuances à son jeu – Formateur : Kevin Whitty
- Guitare : Composer un solo de guitare – Formateur : Kevin Daoust
- Guitare : Découvrir la technique du fingerpicking - Formateur : Simon Jutras
- Guitare : Améliorer sa rythmique - Formateur : Sympa César
- Basse : Développer son groove - Formateur : Martin Rocheleau
- Clavier : Composer une ligne mélodique accrocheuse - Formatrice : Jessy Lindsay
- Techniques vocales – Formatrice : Mélissa Ouimet
- Harmonies vocales - Formatrice : Noémi Parenteau
- Apprivoiser la scène avec confiance et authenticité - Formateur : Dayv Poulin
- Théâtre musical – Formatrice : Chantalyne Beausoleil
- Improvisation musicale : Les règles de base du jam - Formateur : Patrick Pharand
- Techniques d'enregistrement et MAO - Formateur : Dan Sauvé
- Arrangements : Orchestration symphonique/cordes/cuivres - Formateur : Billy Boulet
- Composition : Créer une chanson efficace – Formatrice : Kaiday
- Écriture de paroles de chansons pop et folk - Formateur : Mehdi Cayenne
- Écriture et débit de paroles rap - Formateur : Shawn Jobin
- DJ : Apprivoiser les techniques de DJing - Formateur : DJ Unpier



QCNC (20e édition) – suite

L'APCM a aussi organisé une classe de maître devant l'ensemble des participant.e.s, à propos de la présence scénique. Cette activité a été excessivement bien reçue de la part des élèves, mais aussi des professeur.e.s accompagnateurs.trices. C'est un formateur aguerri en la matière, Olivier Laroche de Pimp ton show, qui leur a donné des outils pour continuer le travail une fois de retour dans leurs écoles respectives.

Chaque école participante a eu l'opportunité de présenter une prestation musicale de 20 minutes, ce qui a mis en évidence le talent des jeunes musicien.ne.s en Ontario, le travail incroyable des enseignant.e.s qui préparent et accompagnent leur délégation au festival, tout en révélant au grand jour quelques jeunes interprètes qui pourraient un jour faire carrière en chanson.

À noter que tout de suite après leur passage sur scène, chaque école était invitée à se rendre dans une salle privée où un.e artiste professionnel.le leur faisait un retour à chaud sur leur prestation. Une rétroaction que l'on veut bienveillante et encourageante, mais qui permet toutefois d'identifier certaines pistes d'amélioration.

En plus des prestations, des ateliers et de la rétroaction, les festivaliers.ères ont participé à des activités en soirée. Jam, micro ouvert, studio d'enregistrement et disco silencieuse, une addition particulièrement appréciée, étaient disponibles dans différentes salles de l'école.



QCNC (20e édition) – suite

Une autre nouveauté de cette édition est le programme de jeunes technicien.ne.s. Nous avons offert une formation à 7 participant.e.s intéressé.e.s à approfondir leurs connaissances en techniques de sonorisation et éclairage. Les informations reçues ont pu être mises en pratique durant les jams en soirée et l'installation du spectacle de Ink Sticks & Stones.

Le principal obstacle auquel était confronté l'association durant l'organisation de cette édition de QCNC était le manque d'accessibilité pour un grand nombre d'écoles, en empêchant plusieurs de participer. On peut le voir dans le nombre d'inscriptions reçues; elles sont toujours moins nombreuses qu'en 2019 (dernière édition en personne avant la pandémie). L'APCM a consulté les accompagnateurs et accompagnatrices pendant le festival pour évaluer les raisons. Les commentaires reçus abondent en ce sens : l'hébergement en hôtels et les transports scolaires nécessaires pour déplacer les délégations ont doublé leurs tarifs depuis 2019 et pour beaucoup d'écoles, la dépense était trop onéreuse.

Malgré ces contraintes logistiques, le bilan de Quand ça nous chante 2024 est très positif. L'équipe de l'école hôte, ÉSC Algonquin, s'est dévouée corps et âme afin d'offrir des conditions d'accueil optimales. Les élèves ont participé aux activités avec beaucoup d'engouement. En espérant que la tendance se maintienne et incite plus d'écoles, déjà pour la prochaine édition de 2025, à s'inscrire à ce festival unique en son genre.



Jamais Trop Tôt

Jamais Trop Tôt (JTT) 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. En Ontario, c'est l'APCM qui chapeaute ce projet pancanadien.

JTT vise les élèves francophones canadien.ne.s de 14 à 17 ans. Chaque groupe inscrit participe à l'écriture d'un texte de chanson en étant encadré par un.e formateur.trice professionnel.le et 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 Festival international de la chanson de Granby (FICG), pour un répertoire de 24 chansons. Les 9 provinces participantes sont représentées autant par le choix des textes que par le choix des interprètes, accompagné.e.s par un groupe de musicien.ne.s professionnel.le.s, un directeur musical, un coach vocal et une directrice artistique. Chaque été, cinq (5) jours de répétitions sont prévus pour mettre en place ce spectacle présenté lors de la première semaine du FICG.



JTT **Jamais
Trop
Tôt**



JTT – suite

Ateliers d'écriture

En 2023-2024, un total de 22 ateliers dans le Nord, le Sud, le Centre et l'Est de l'Ontario ont été donnés, principalement par Yao, Céleste Lévis, Kaiday et Reney Ray.

Un total de 244 textes en sont ressortis et ce sont les 3 titres suivants qui ont été sélectionnés pour être mis en musique durant le spectacle Jamais Trop Tôt en août 2024,

Textes sélectionnés en Ontario

Miguel Brochu - « Je retourne à la source »

Claudia Sabbagh – « Inconnu »

Zach-Olivier Parent – « T'es toujours là »



ÉS Michelle-O'Bonsawin (Toronto)



ÉSC Thériault (Timmins)



ÉSC Sainte-Trinité (Oakville)



ÉSC Franco-Cité (Ottawa)



ÉS Toronto Ouest (Toronto)



ÉS publique L'Héritage (Cornwall)



ÉSC régionale de Hawkesbury



ÉSC Alonguin (Norh Bay)



apcm

rapport annuel 2023-2024

JTT – suite

Spectacle

Le spectacle Jamais Trop Tôt du 11 août 2024 au FICG a été un succès retentissant. Des sujets comme le décès de Karl Tremblay et l'itinérance ont été entrecoupés d'interventions humoristiques de la part de l'animatrice Andy St-Louis. Les interprètes franco-ontarien.ne.s, choisi.e.s par un jury pendant le festival Quand ça nous chante, ont été mis en valeur par les choix du directeur musical Charles Robert-Gaudette et par la mise en scène d'Andréanne A. Malette. Le choix des chansons était approprié à leur style, leur permettant de partager l'étendue de leur talent avec le public.

Une chanson émouvante pour Sabrina Hanna, à la voix douce et assumée, une autre nous a fait voyager avec ses mélodies, portées par la voix puissante de Nadine Duclos, et un *blues* pour Francis Deschamp, mettant en valeur sa voix rauque et ses prouesses à la guitare électrique. D'ailleurs, certain.e.s artistes qui sont ou ont déjà été membres de l'APCM ont composé de la musique pour le spectacle JTT, notamment Kaiday, Mehdi Cayenne, Flora Luna, Sympa César, Stef Paquette, éemi et Joe Gez.



Nadine Duclos



Francis Deschamps



Sabrina Hanna



Album

C'est la chanson de Miguel Brochu « Je retourne à la source », interprétée par Nadine Duclos, qui fera partie de la prochaine compilation Jamais Trop Tôt . Cette chanson a été écrite durant un atelier de Céleste Lévis à l'ÉSC Algonquin et sera enregistrée en octobre 2024 dans le studio de Jonathan Bourgelas à Kapuskasing.

Démarchage et représentation

Les membres de l'équipe APCM se sont déplacé.e.s tout au long de l'année sur divers événements de l'industrie musicale à travers le pays et à l'international. Les objectifs étant de faire la promotion des membres, accroître notre réseau de professionnel.le.s, découvrir de nouveaux projets (et de potentiel.le.s membres), consolider des partenariats et positionner l'association sur l'échiquier de l'industrie musicale nationale et internationale. **Voici les événements auxquels nous avons participé :**



Le Phoque OFF (Québec)



Coup de coeur francophone (Montréal)



Festival international de la chanson de Granby



Francos de Montréal



Contact Ontariois (Ottawa)



Prix de la musique de la capitale (Ottawa)



FrancoFête en Acadie (Moncton)



BreakOut West et Contact Ovest à Kelowna (BC)



La MaMA à Paris (France)



Festival Changez d'Air à Lyon (France)

Promotion collective *et communication*

Trille Or 2023

Création de contenu et déploiement médiatique

Ce grand événement de l'APCM influence positivement les performances des outils communicationnels qui servent l'ensemble de nos initiatives. Un projet de cette envergure vient relever ou maintenir les statistiques globales, puisqu'il rallie le plus vaste auditoire que nous pouvons toucher, c'est-à-dire l'ensemble de nos communautés, artistiques, professionnelles et grand public, dans la francophonie canadienne.

Étant le plus attendu de nos événements, il mobilise une grande partie de nos ressources. C'est grâce à notre partenaire financier Fonds RadioStar que nous avons pu élaborer et effectuer un plan d'action.

La stratégie initiale pour promouvoir Trille Or était de miser sur nos plateformes habituelles; une valeur sûre étant donnés les délais serrés de l'organisation de cette édition. Tant Campaign, Facebook, Instagram, Youtube, Spotify et le site web de l'APCM ont été désignés comme « porte-voix » principaux, ce qui a permis à l'équipe d'être particulièrement autonome et réactive.

Afin d'assurer la promotion des artistes en nomination et de l'événement au Centre national des arts (CNA), il était nécessaire de collaborer avec des entreprises externes, notamment RuGiComm (relations de presse), Studio123 (graphisme) et Diffusart Media (affichage). Ces collaborations ont permis d'assurer la qualité et l'efficacité de notre contenu, déployé à grande échelle.

C'était l'occasion de refaire équipe avec l'agence de développement web Axmith&Robin pour la conception du microsite www.trilleor.ca. L'expérience accessible et durable que nous avons obtenue dans le cadre de la refonte du www.apcm.ca a inspiré la création d'un microsite dédié à la marque Trille Or, qui pourra grandir au fil des éditions avec ses fonctionnalités d'archivage.

De précieuses ententes médiatiques ont également façonné Trille Or 2023. Grâce à la coopérative Culture Cible, nous avons produit le balado, D'une francophonie à l'autre, qui nous l'espérons reviendra pour une deuxième saison en 2025. Notre partenaire Unique FM, conjointement avec les radios du MICRO et de l'ARCOT, ont assuré la diffusion en direct du Gala du 9 septembre, tout en animant le traditionnel tapis rouge sur leurs ondes.

Bien que quelques vidéos aient été produites dans le cadre de Trille Or 2023, l'événement n'était pas télédiffusé. C'est un choix qui a simplifié nos opérations et concentré nos énergies sur la transmission audio. À l'ère du numérique et du podcast, nous trouvions intéressant de revenir à un média plus traditionnel comme la radio pour assurer la diffusion de masse. Et parce que les soirées de remises de prix Célébrations Trille Or des 7 et 8 septembre n'étaient pas ouvertes au grand public, l'équipe de l'APCM a assuré leur transmission en direct sur la plateforme de streaming TWITCH).

Pour en savoir plus sur les stratégies promotionnelles déployées et la création de contenu spécifique à notre événement, consultez le *Rapport d'activités Trille Or 2023* pour Fonds RadioStar en annexe.

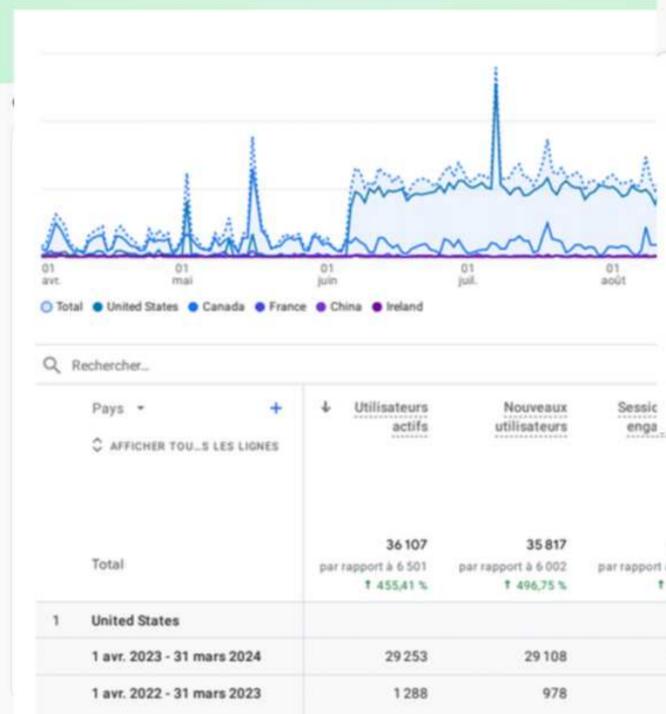
Site web

www.apcm.ca

Le paysage web de l'APCM au courant de l'année 2023-2024 a été marqué par la dernière édition des Trille Or et par la croissance du site de l'association lancé en juin 2022.

Nous vous présentons un survol de ses données d'ensemble sur Google Analytics afin de tenter d'en dégager des tendances. Les anomalies détectées dans les rapports peuvent effectivement pointer vers des écarts significatifs qui sont intéressants dans la compréhension du comportement des utilisateurs.trices.

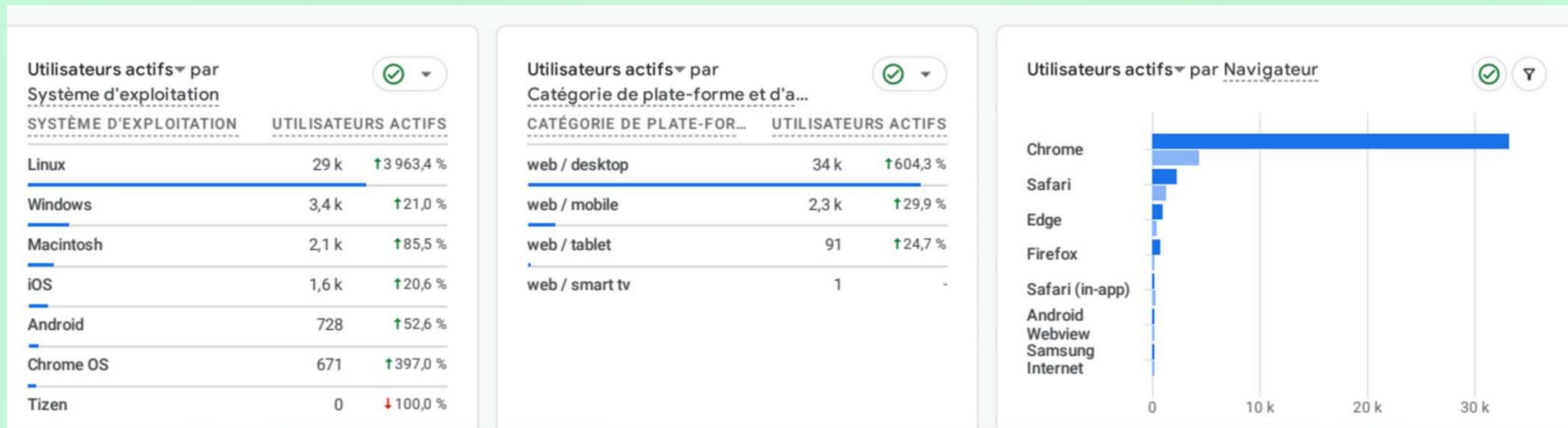
Certains résultats dans cette vue d'ensemble sont mystérieux dans le contexte de l'APCM, un organisme œuvrant dans et pour la francophonie canadienne. Par exemple, observons la provenance géographique des utilisateurs.trices : alors que le Canada enregistre une hausse de 28,2 % avec 5 400 utilisateurs.trices au courant de la période de recensement, les États-Unis occupent la première place avec 29 000 utilisateurs.trices provenant en majorité de Boardman (Oregon) et de Columbus (Ohio). Langue utilisée en majorité : l'anglais. Quel serait donc l'intérêt d'un aussi grand nombre de personnes anglophones et basées aux États-Unis d'utiliser notre site www.apcm.ca?



Site web (suite)

www.apcm.ca

Sur Google Analytics, la présentation de la technologie empruntée par les utilisateurs.trices actifs.ives nous révèle une concordance et témoigne d'une incompatibilité entre ce comportement et celui disons plus typique de notre clientèle cible. Comparativement à l'année précédente, le système d'exploitation Linux a été emprunté par... 29 000 utilisateurs.trices! Marquant une augmentation de près de 4 000 % de l'utilisation de ce système pour accéder à notre site. Les nombres concordent, mais le mystère persiste.



Linux est souvent utilisé par des personnes plus techniquement averties que la moyenne, car c'est un système d'exploitation populaire parmi les développeurs.euses, les tech-savvy, les administrateurs.trices système et autres professionnel.le.s IT. Or, à l'APCM, ni notre secteur, ni notre contenu web ne sont spécialement techniques, et diversifier notre audience dans cette direction n'est pas dans notre stratégie.

Parallèlement, sur le www.trilleor.ca, un cas de falsification de votes Coup de cœur du public a été détecté et confirmé par notre équipe de développement externe. La situation sur le www.apcm.ca pourrait-elle y être reliée? Possible, puisqu'il y a des connexions entre le site de l'APCM et le microsite Trille Or, notamment des liens dans des communiqués de presse mis en ligne dans notre section Actualités. Ces anomalies se sont déroulées autour de la même période.

Site web (suite)

www.apcm.ca

À première vue, cette réalité complique l'obtention de résultats éclairants et pertinents sur l'utilisation active et légitime de notre site, car elle débalance les chiffres relatifs au trafic. Filtrer le trafic frauduleux ou suspect dans l'analyse de nos données est donc essentiel pour observer les utilisateurs.trices authentiques. Heureusement, dans la version Google Analytics 4 que nous utilisons, le trafic généré par des bots et des robots connus est automatiquement exclu.

Vue d'ensemble

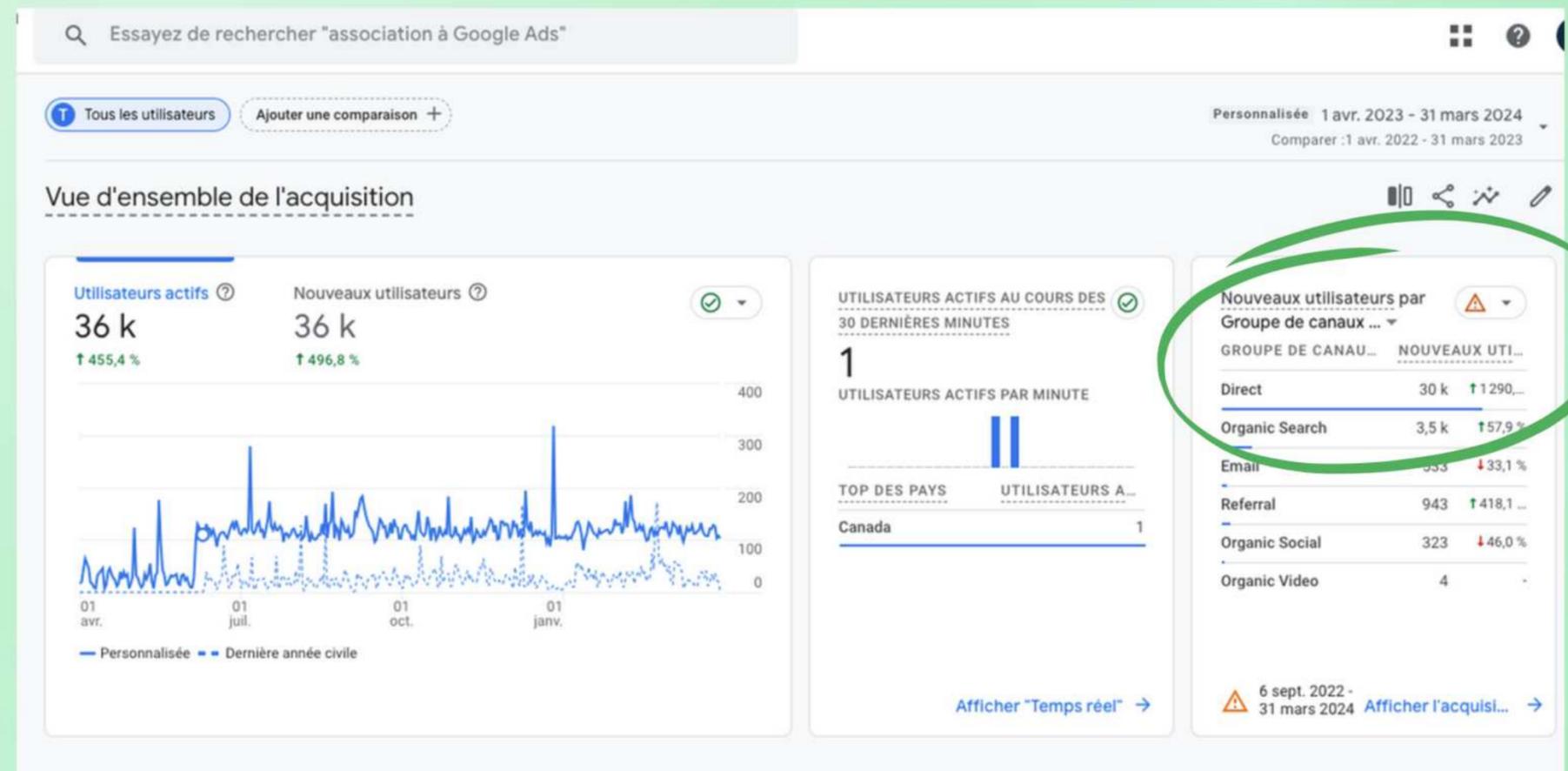
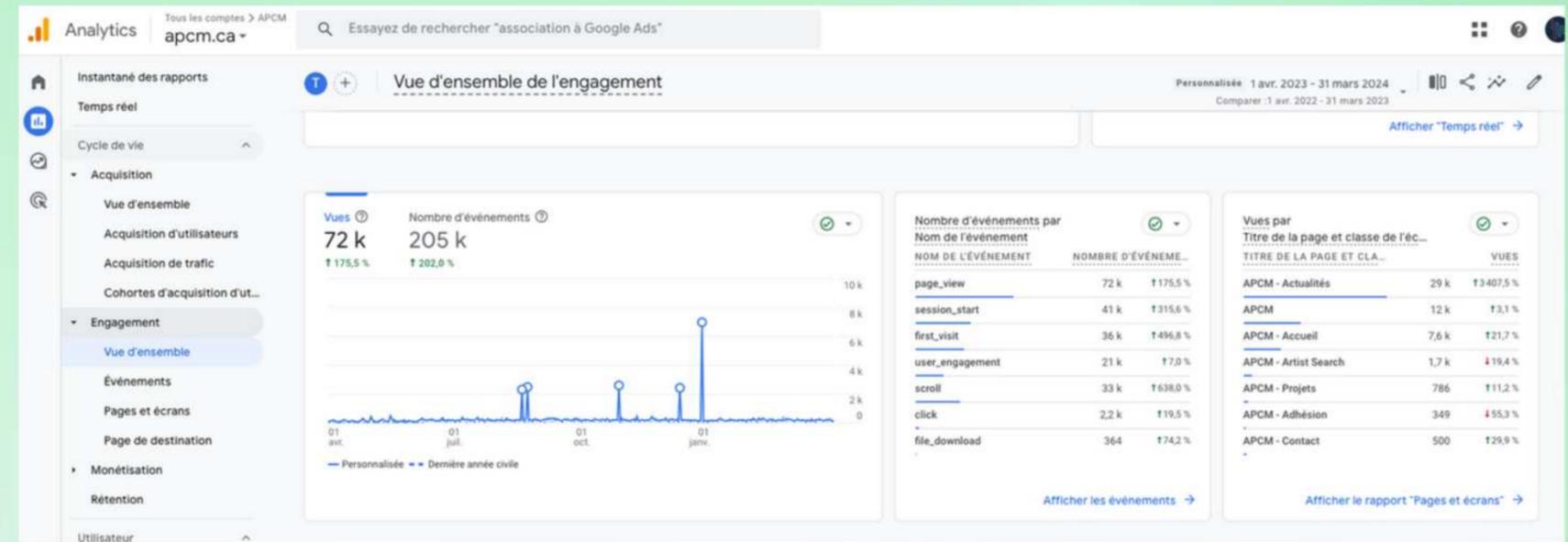
Engagement : 72 000 vues (hausse de 175,5 %)
205 000 événements (hausse de 202 %)

Acquisition : 36 000 utilisateurs actifs (hausse de 455,4 %)
36 000 nouveaux utilisateurs (hausse de 496,8 %)

Le trafic direct pour accéder au www.apcm.ca indique également une forte hausse, de plus de plus de 1200%, par rapport à l'année précédente. Ces 30 000 visiteurs.euses arrivent donc sur notre site « sans aucune information explicite de provenance, ce qui signifie qu'Analytics n'a pas été en mesure de déterminer de source spécifique. »*

Le trafic est catégorisé comme étant *direct* notamment quand une page est rechargée directement sans autre navigation, quand on accède au site par un raccourci, comme un favori, ou que l'on tape directement l'URL du site dans le navigateur. C'est ce qui distingue ce type d'accès d'une recherche organique ou d'un accès par courriel, par exemple.

* Réf. : ChatGPT

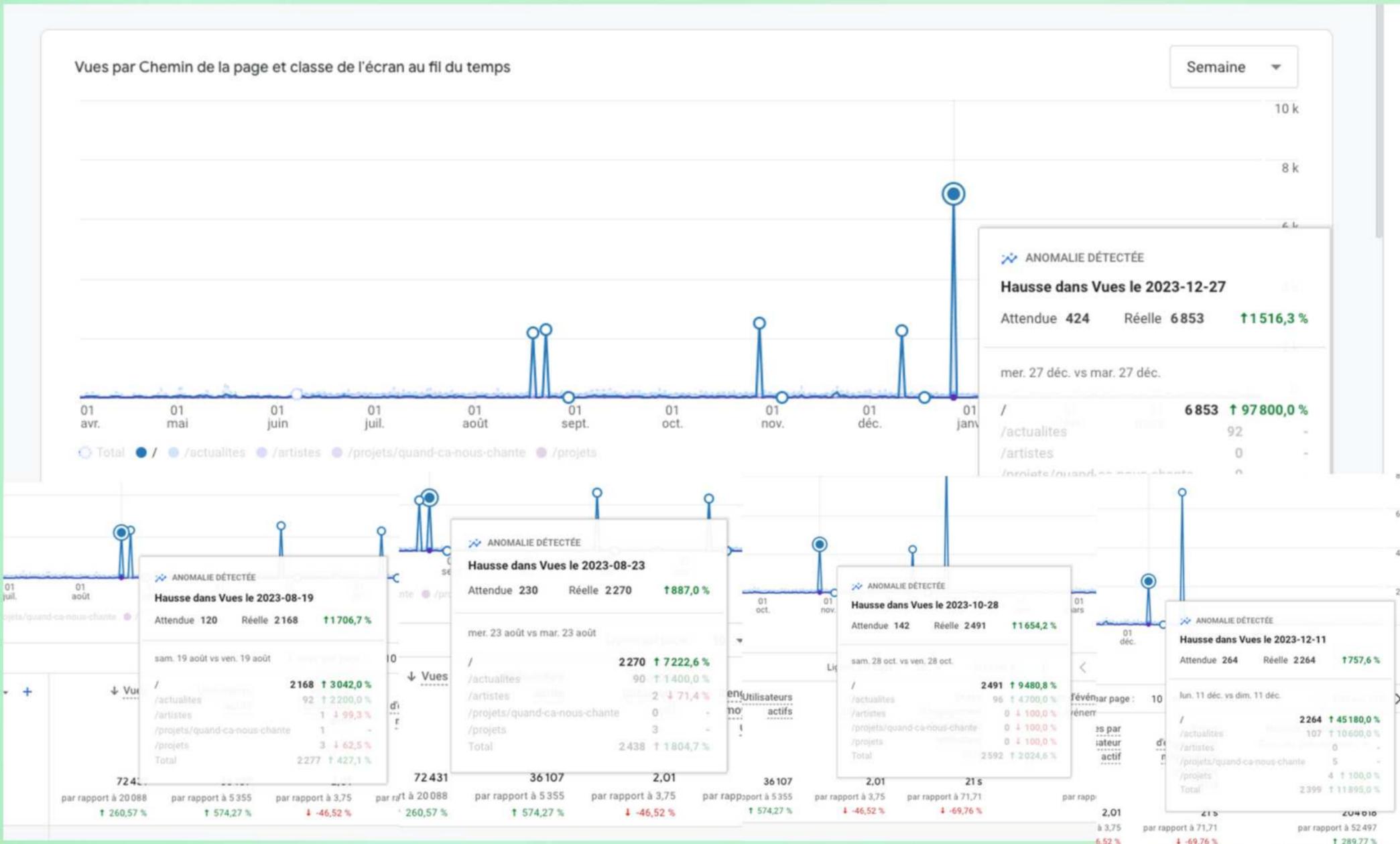


Site web (suite)

www.apcm.ca

Vue d'ensemble

Le site web de l'APCM a enregistré différentes hausses d'achalandage au niveau du nombre de vues totales. Dans le rapport d'engagement sur le chemin de la page (et non la destination finale), c'est la page d'accueil identifiée par « / » qui présente le plus d'anomalies.

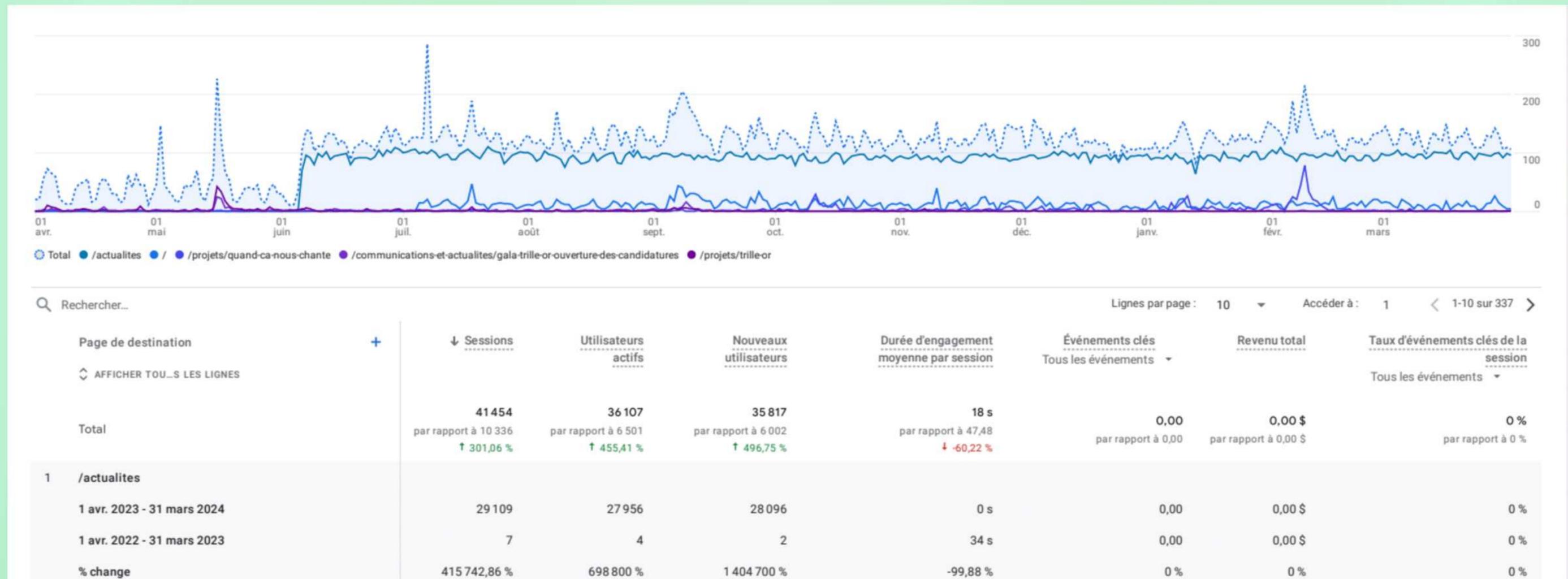


Date	Hausse de vues (total) Chemin de la page
19 août 2023	1706 %
23 août 2023	887 %
28 octobre 2023	1654 %
11 décembre 2023	758 %
27 décembre 2023	1516 %

Site web (suite)

www.apcm.ca

Toutefois, si on observe le rapport sur les pages de destination des utilisateurs.trices, on constate qu'un saut prépondérant des vues de la page Actualités a eu lieu entre le 1er juin et le 1er juillet. Précisément pendant la période de votes Trille Or. Et une fois ce bond effectué, qu'on aurait pu attribuer à du trafic saisonnier (ou événementiel), on se rend compte que son activité persiste de façon anormale, pour tout le reste de la période de recensement; ce qui laisse croire en un trafic non authentique. De plus, la stagnation de ce nombre de vues nous permet de déduire que l'achalandage sur notre site n'est pas non plus influencé par une de nos publicités payantes sur Meta.



Ces hausses anormales font exploser le pourcentage du nombre de sessions et de nouveaux utilisateurs.trices, comparativement à l'année dernière, mais la durée d'engagement moyenne (18 secondes) diminue de 60% par rapport aux 48 secondes du dernier rapport. Un autre indice qui laisse entrevoir une activité non authentique sur notre site.

Site web

www.trilleor.ca

Tel que relaté dans la section sur le www.apcm.ca, le microsite Trille Or enregistre également des anomalies au niveau de son acquisition et de son engagement. Sauf que devant ces données anormales compromettant la transparence dans la compilation de votes en juin 2023, nous avons rapidement obtenu la confirmation que les chiffres suspects étaient obtenus par clonage d'adresses IP. Ce qui nous a permis d'obtenir des chiffres authentiques en éliminant les duplications.

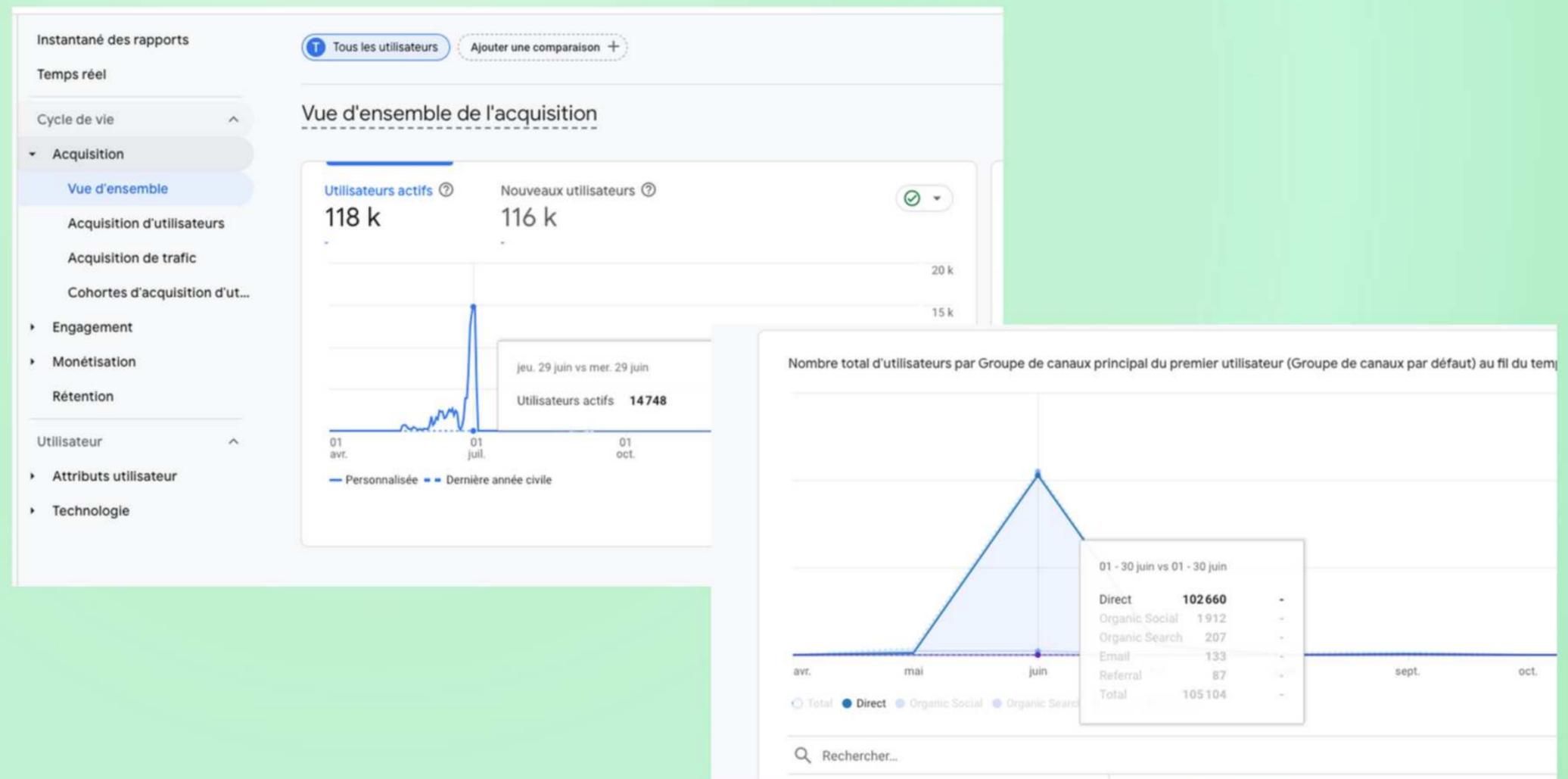
Toutefois, contrairement au www.apcm.ca qui enregistre une activité anormale aux États-Unis, l'activité frauduleuse sur le www.trilleor.ca semble avoir été générée à Toronto.

Nous n'avons pas de résultats comparatifs à proposer puisque 2023-2024 marque la toute première année de notre microsite. Mais nous pouvons d'emblée voir un écart significatif et d'apparence aléatoire pendant le mois de juin 2023, avec une proportion démesurée de trafic direct (plus de 102 000 utilisateurs.trices) pendant cette période de votes Trille Or.

Vue d'ensemble

Engagement : 258 000 vues
1 100 000 événements

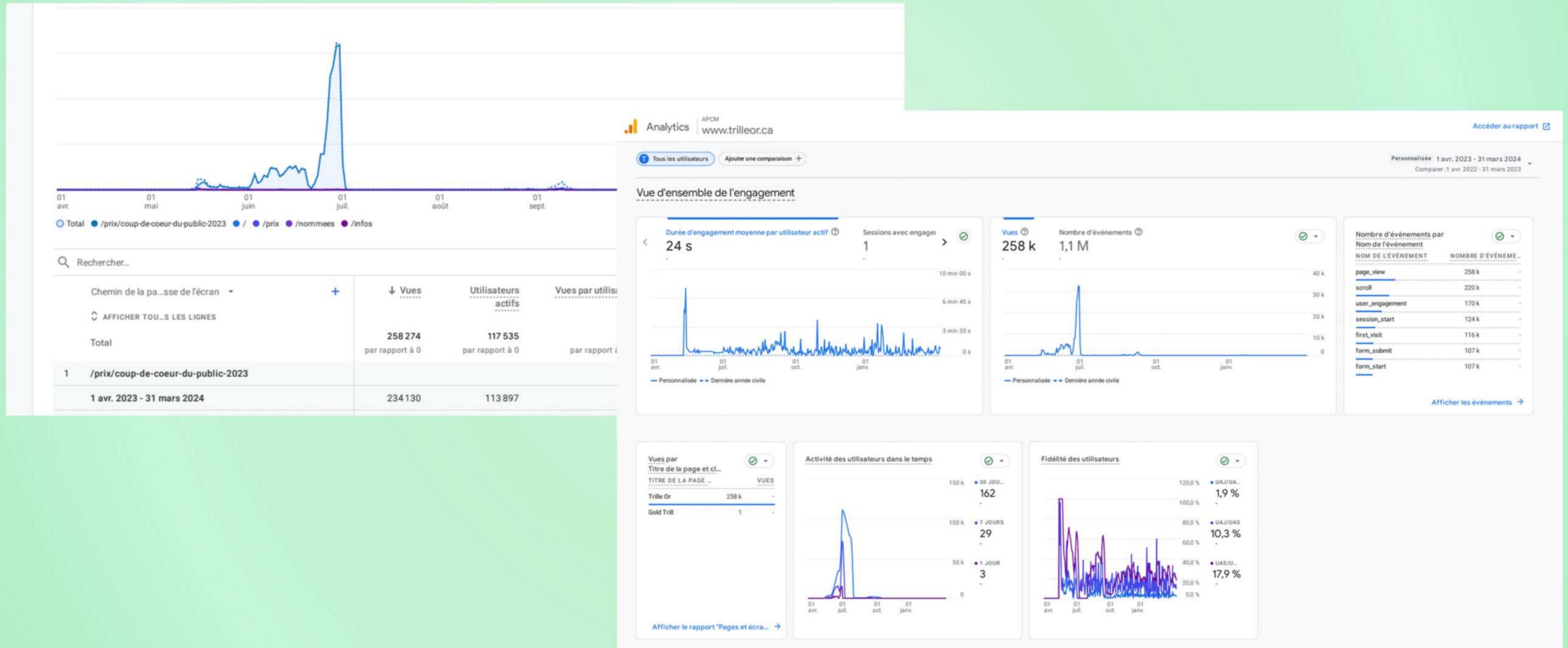
Acquisition : 118 000 utilisateurs.trices actifs.ives, avec un pic de 14 748 utilisateurs.trices le 29 juin, avant-dernière journée des votes du public.



Site web

www.trilleor.ca

Sans surprise, la page de destination qui enregistre les meilleurs résultats est celle où le public pouvait voter pour leur Coup de cœur, avec 234 130 vues entre le 1er avril 2023 et le 31 mars 2024. La page d'accueil, quant à elle, nous montre des chiffres plus fidèles à la réalité avec 7814 vues pendant la période observée.

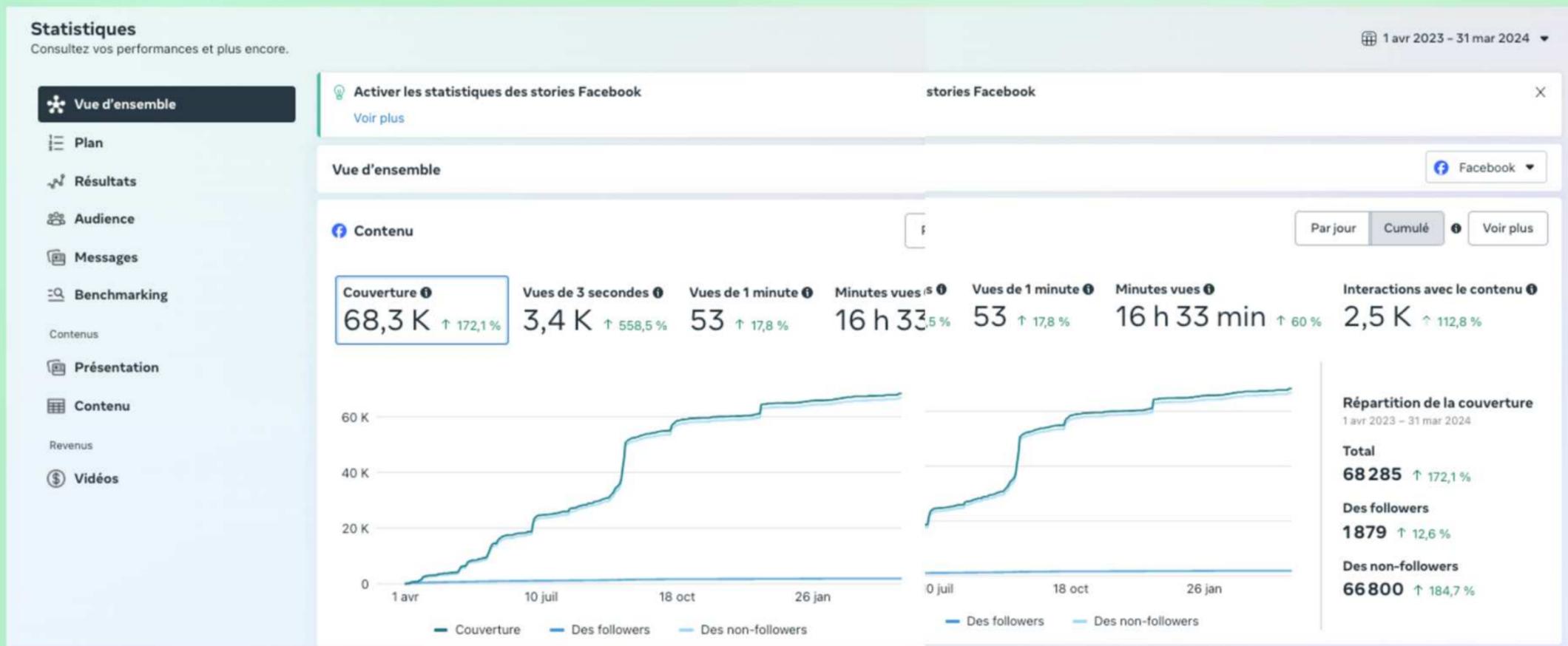


Médias sociaux

La vue d'ensemble des statistiques sur Meta nous permet de constater une hausse des chiffres globale sur nos comptes Facebook et Instagram, ainsi qu'une popularité de notre contenu auprès des non-abonné.e.s.

Aussi, depuis septembre 2023, le festival Quand ça nous chante n'a pas seulement une page Facebook, mais également un compte Instagram.

L'APCM a donc un total de quatre (4) communautés différentes, mais unies, à observer sur les réseaux sociaux. Faisons un survol de ces outils promotionnels et des activités comprises entre le 1er avril et le 31 mars 2024.



Page Facebook (APCM)

Augmentations marquées :

- Hausse de 172,1% de la couverture
68 300 personnes touchées par le contenu
- Hausse significative des secondes et minutes vues grâce à notre contenu vidéo.
- Augmentation de 112,8% des interactions avec le contenu.

Médias sociaux

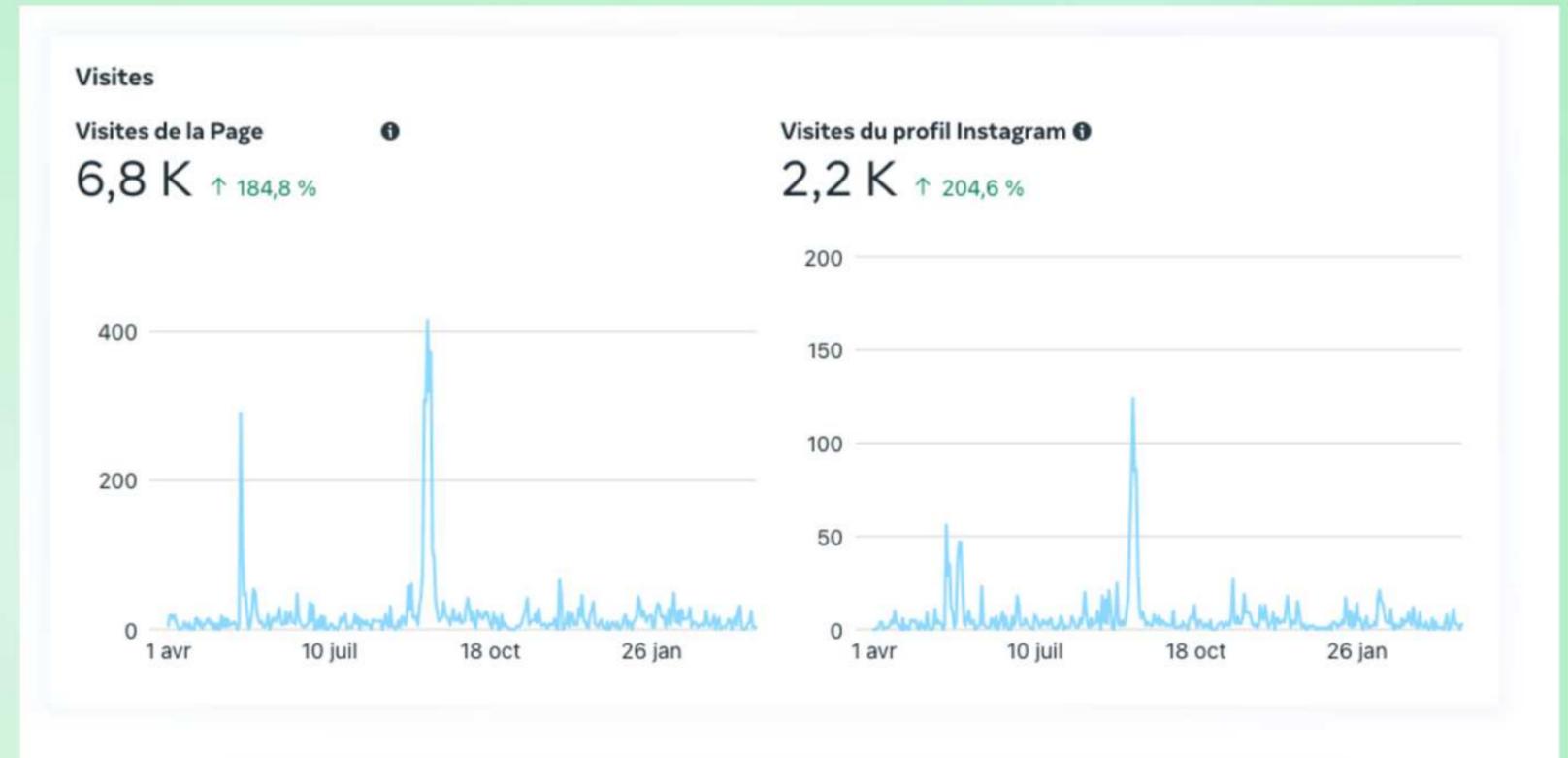


Vue d'ensemble des performances Instagram

Profil Instagram (APCM)

Augmentations marquées :

- Hausse de 515,5% de la couverture, pour un total de 12 600 personnes touchées, provenant de sources organiques.
- Hausse de 204,6% de visites, ce qui représente 2 200 visites du profil IG.



Aperçu des visites sur les réseaux APCM

Facebook et Instagram (APCM)

Augmentations marquées :

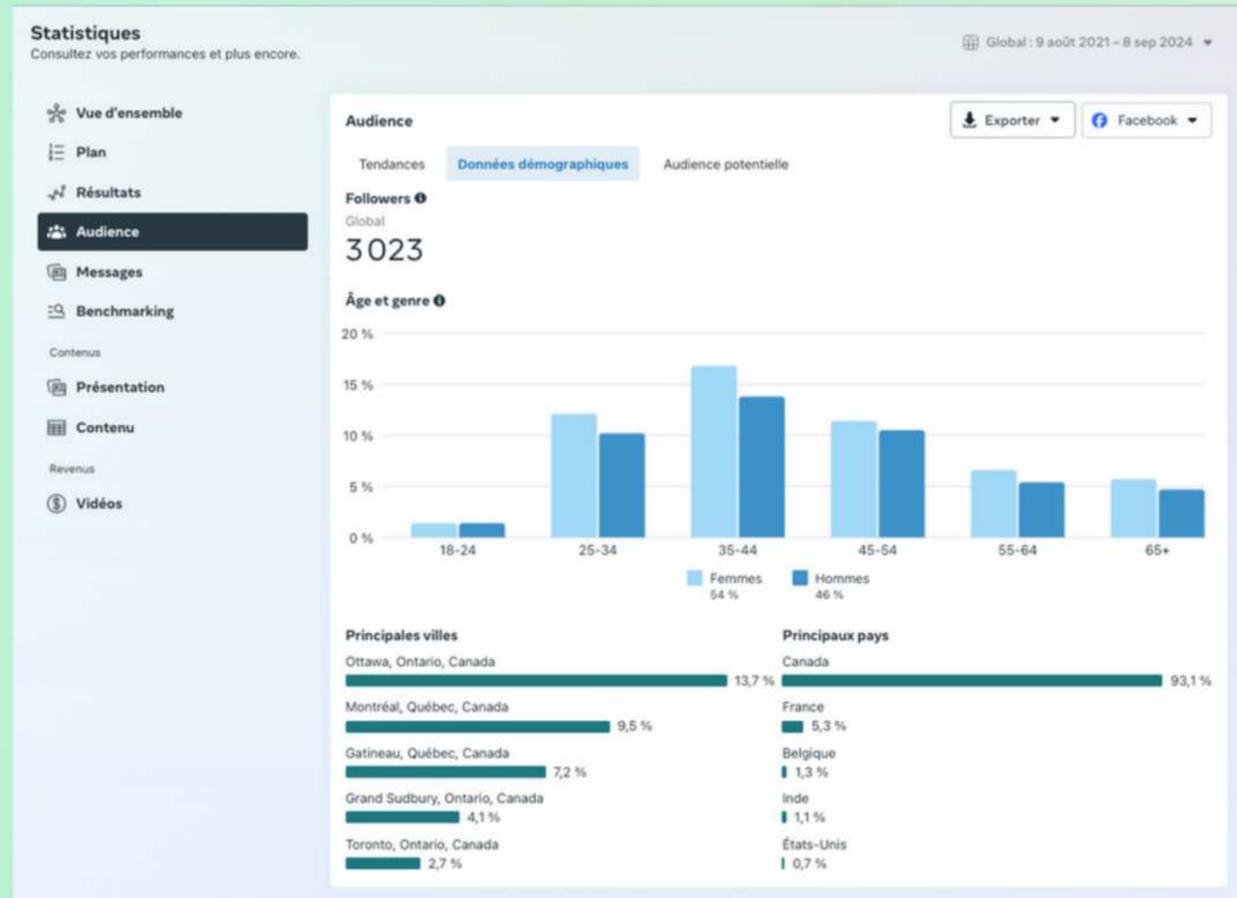
- Hausse de 184,8% des visites de la Page Facebook
- Hausse de 204,6% de visites du profil Instagram

Médias sociaux

Audience générale

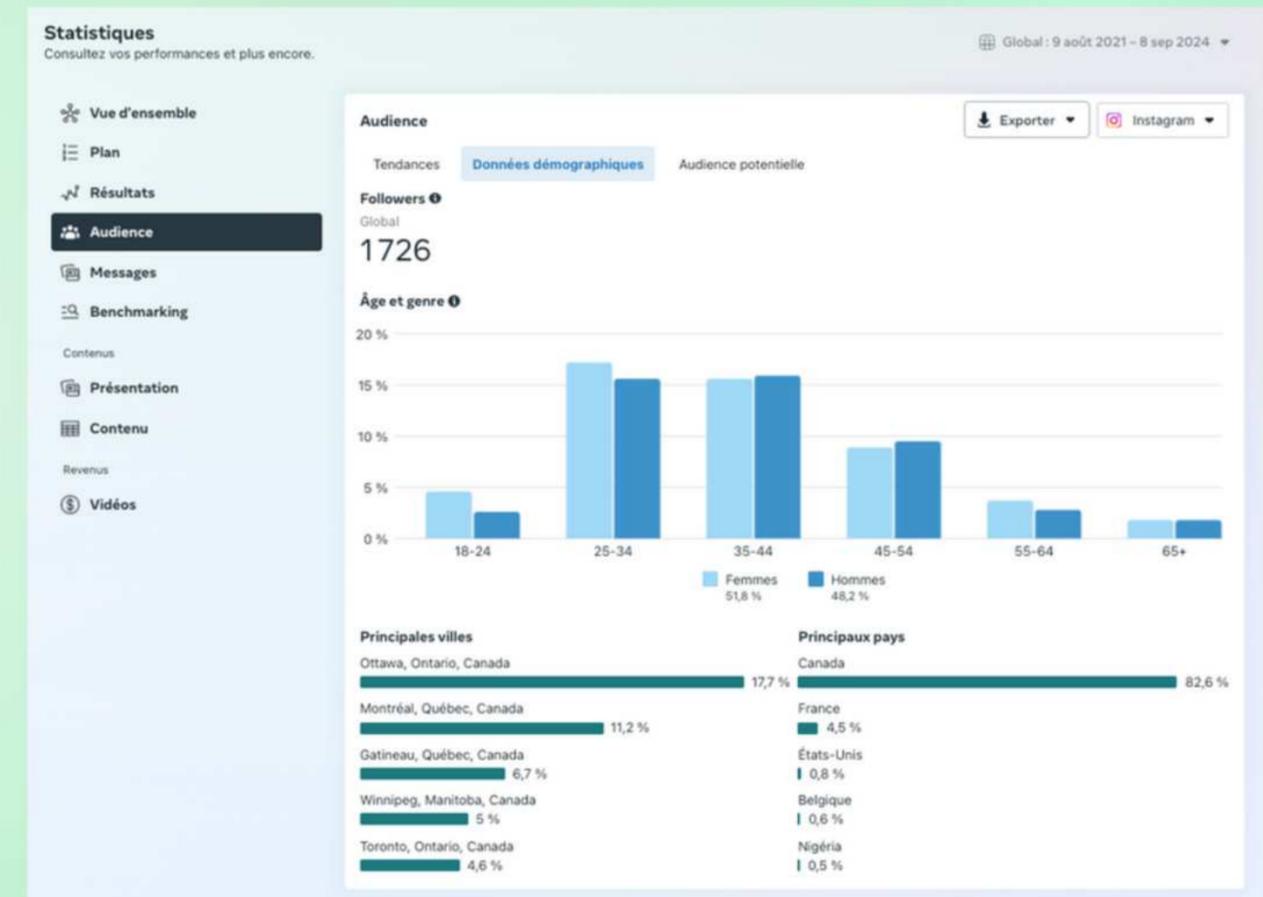
Qui suit l'APCM?

Facebook



- Plus de 3 000 abonné.e.s, ce qui représente une hausse de 26 % par rapport à l'année précédente.
- 54 % femmes; 46 % hommes
- La grande majorité au Canada (Ottawa, Montréal, Gatineau, Grand Sudbury et Toronto), mais nous en avons également en France, en Belgique, en Inde et aux États-Unis.

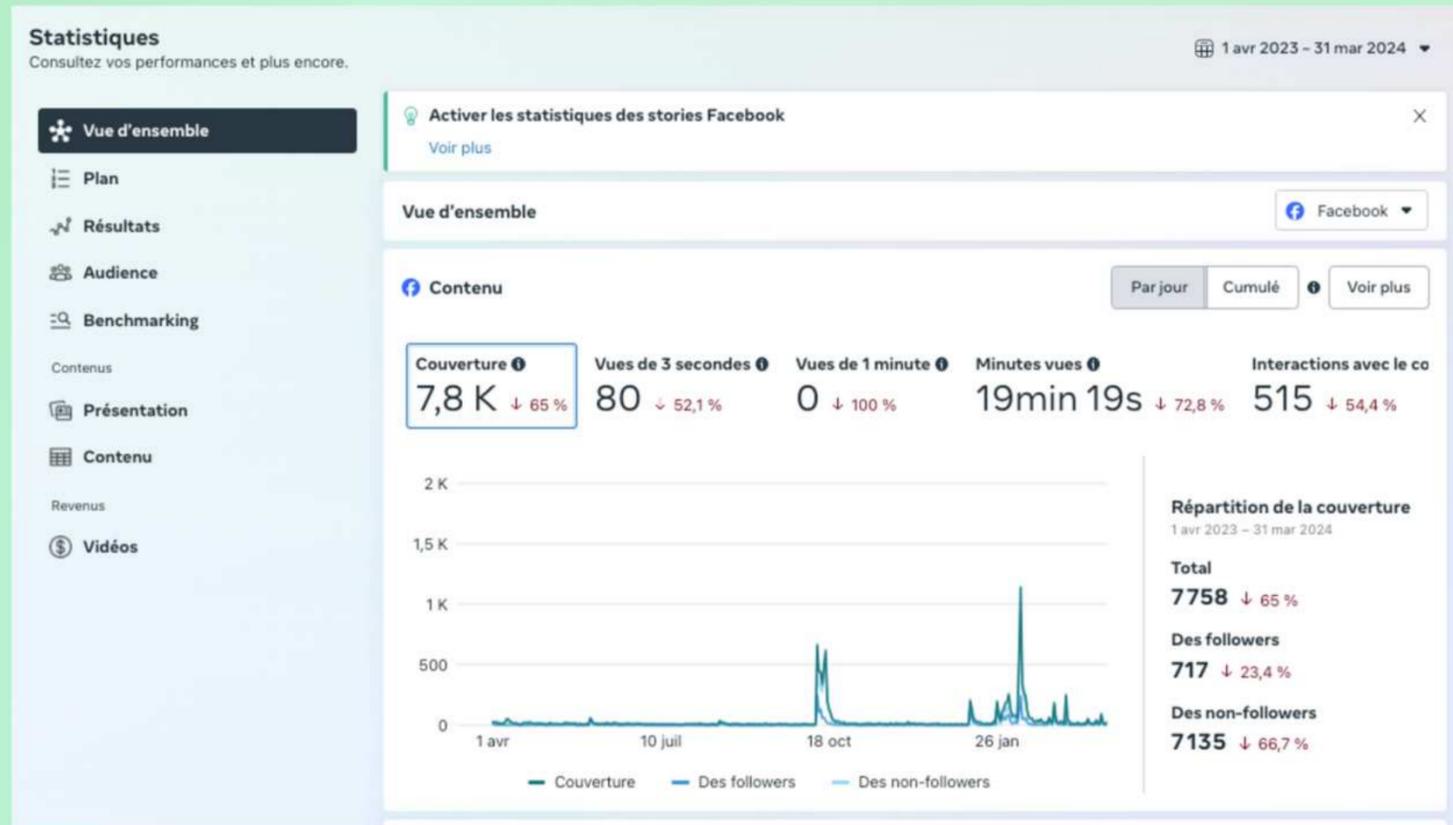
Instagram



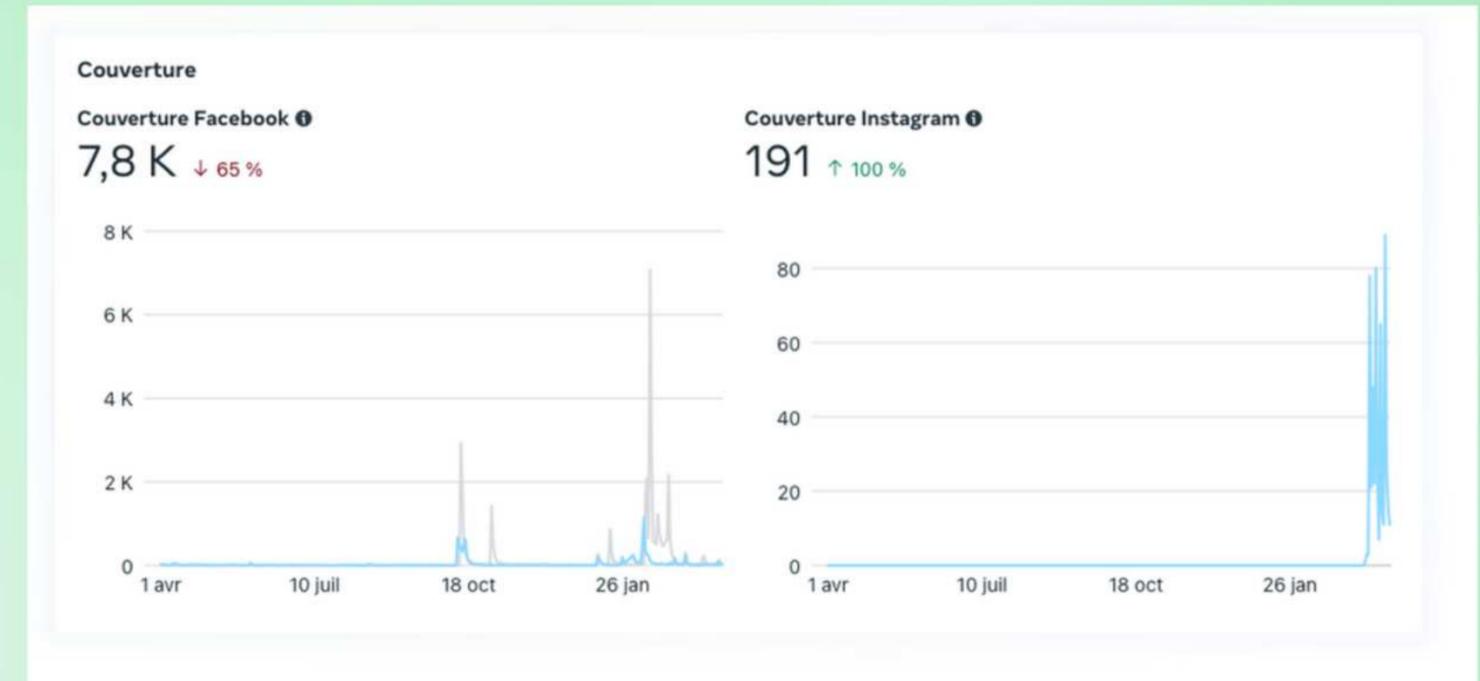
- Plus de 1700 abonné.e.s, avec 70 followers en plus
- 51,8% femmes; 48,2% hommes
- La grande majorité au Canada (Ottawa, Montréal, Gatineau, Winnipeg et Toronto), mais nous en avons également en France, aux États-Unis, en Belgique et au Nigéria.

Médias sociaux

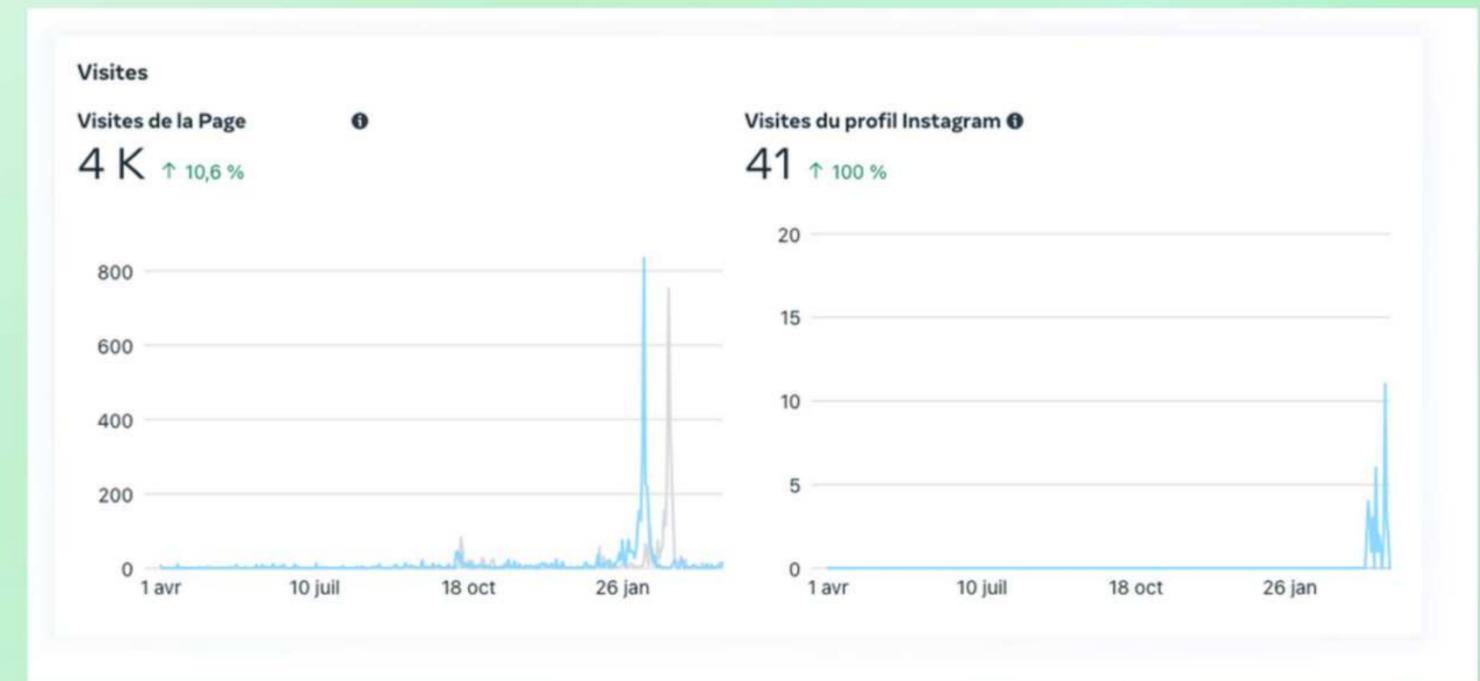
Page Facebook (QCNC)



Couvertures comparées



Visites comparées



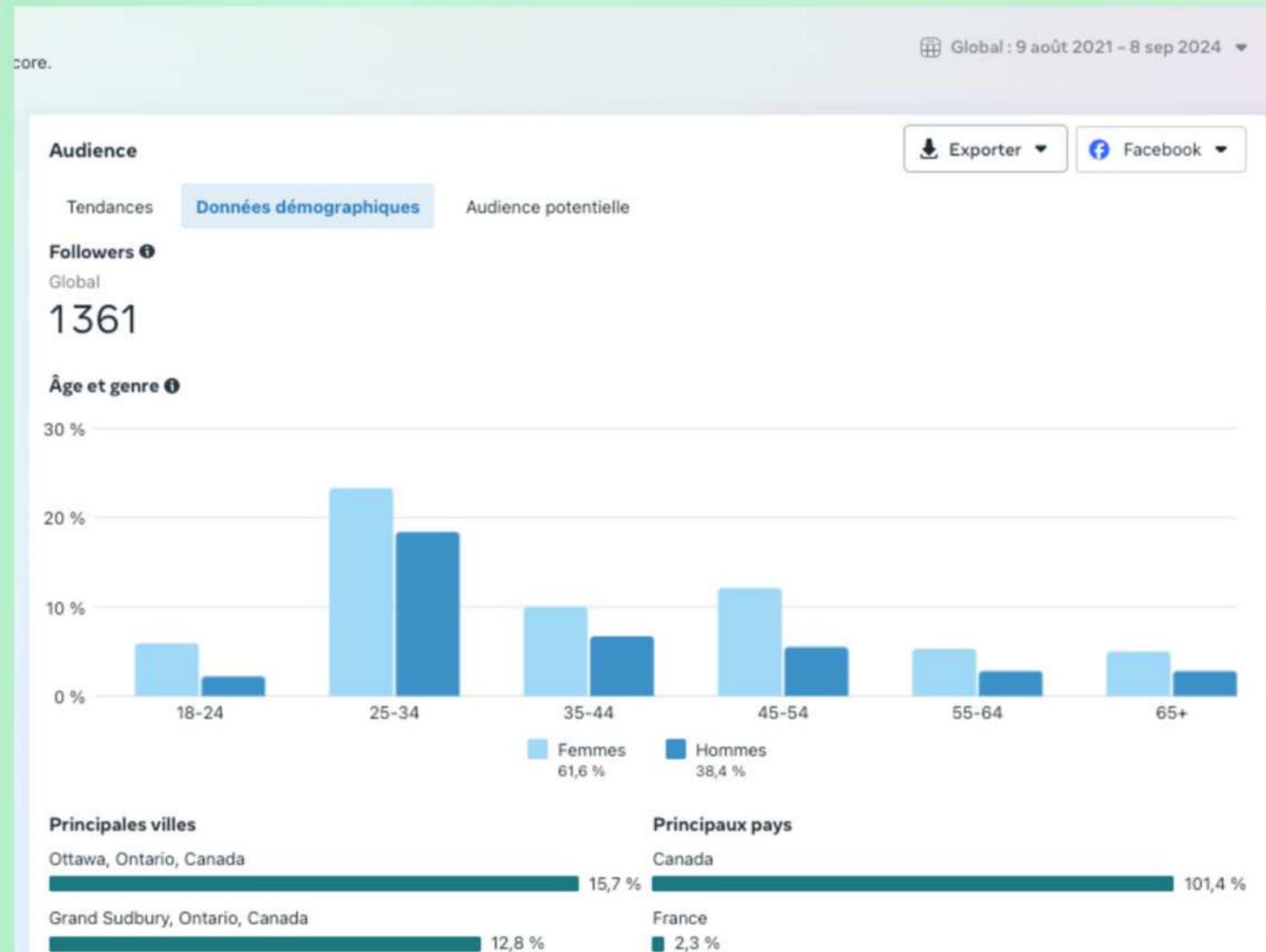
- La **couverture** Facebook de la Page QCNC diminue de 65% avec 7 800 personnes touchées par le contenu. Du côté du Profil Instagram, instauré au courant de l'année, la hausse de la couverture est naturellement à 100%.
- Hausse de 10,6 % des **visites** de la Page Facebook avec 4 000 visiteurs.euses (une stabilité due à la récurrence de l'événement et de l'audience Facebook). Activité prononcée des visiteurs.euses autour de l'événement (janvier - février)

Médias sociaux

Audience générale

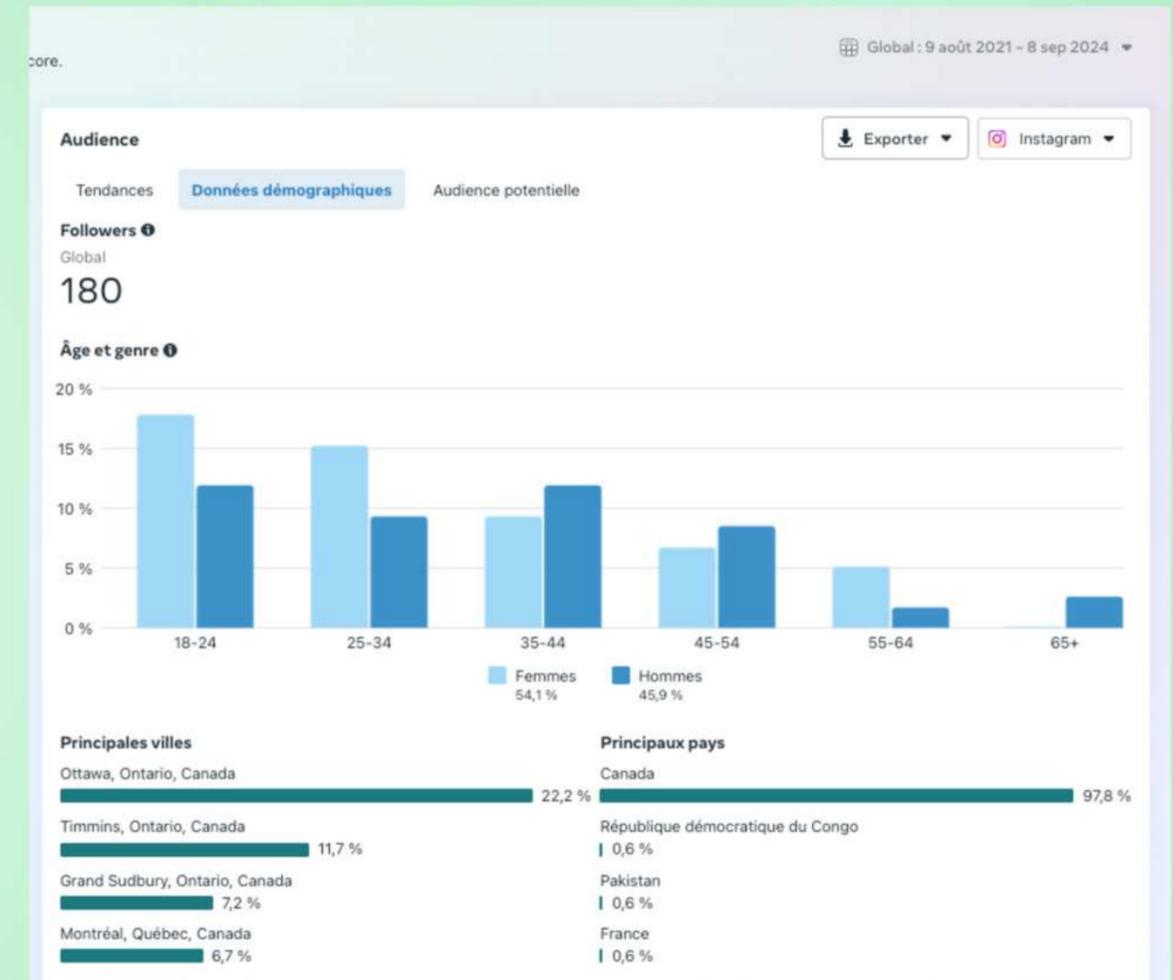
Qui suit QCNC?

Facebook



- Plus de 1 300 abonné.e.s, ce qui représente une baisse de 44,6 % par rapport à l'année précédente.
- 61,6% femmes, 38,4 % hommes
- Tranche d'âges 25 à 34 ans
- Presque la totalité est basée au Canada (Ottawa, Grand Sudbury, Timmins, Montréal et Gatineau).

Instagram



- Présentement 180 abonné.e.s, avec un ajout de **83 abonné.e.s** entre le 1er avril 2023 et le 31 mars 2024*.
- 54,1% femmes, 45,9% hommes
- Inclut les tranches d'âges plus jeunes (18 à 34 ans)
- La grande majorité au Canada (Ottawa, Timmins, Grand Sudbury, Montréal, North Bay).

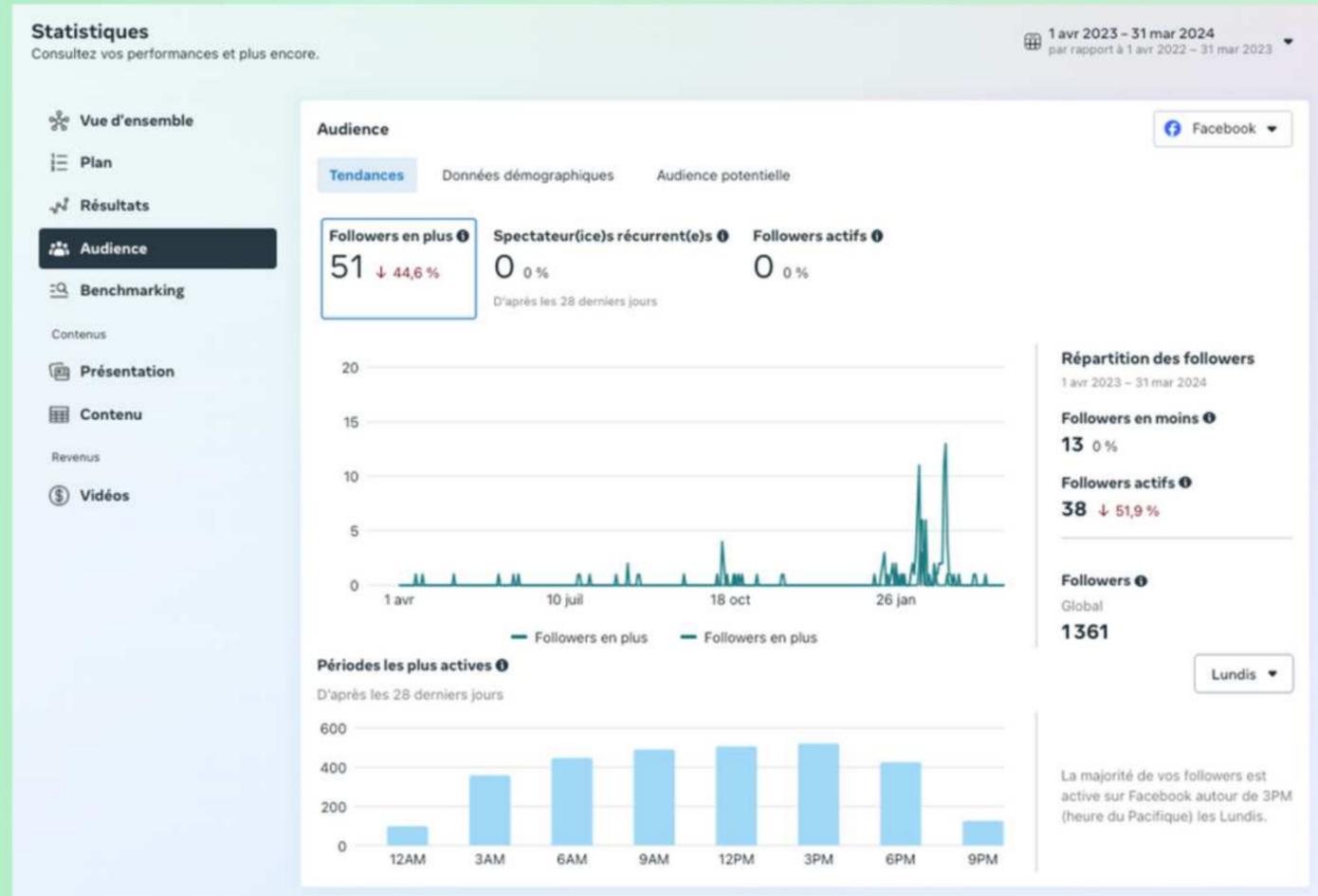


Médias sociaux

Audience générale

Qui suit QCNC?

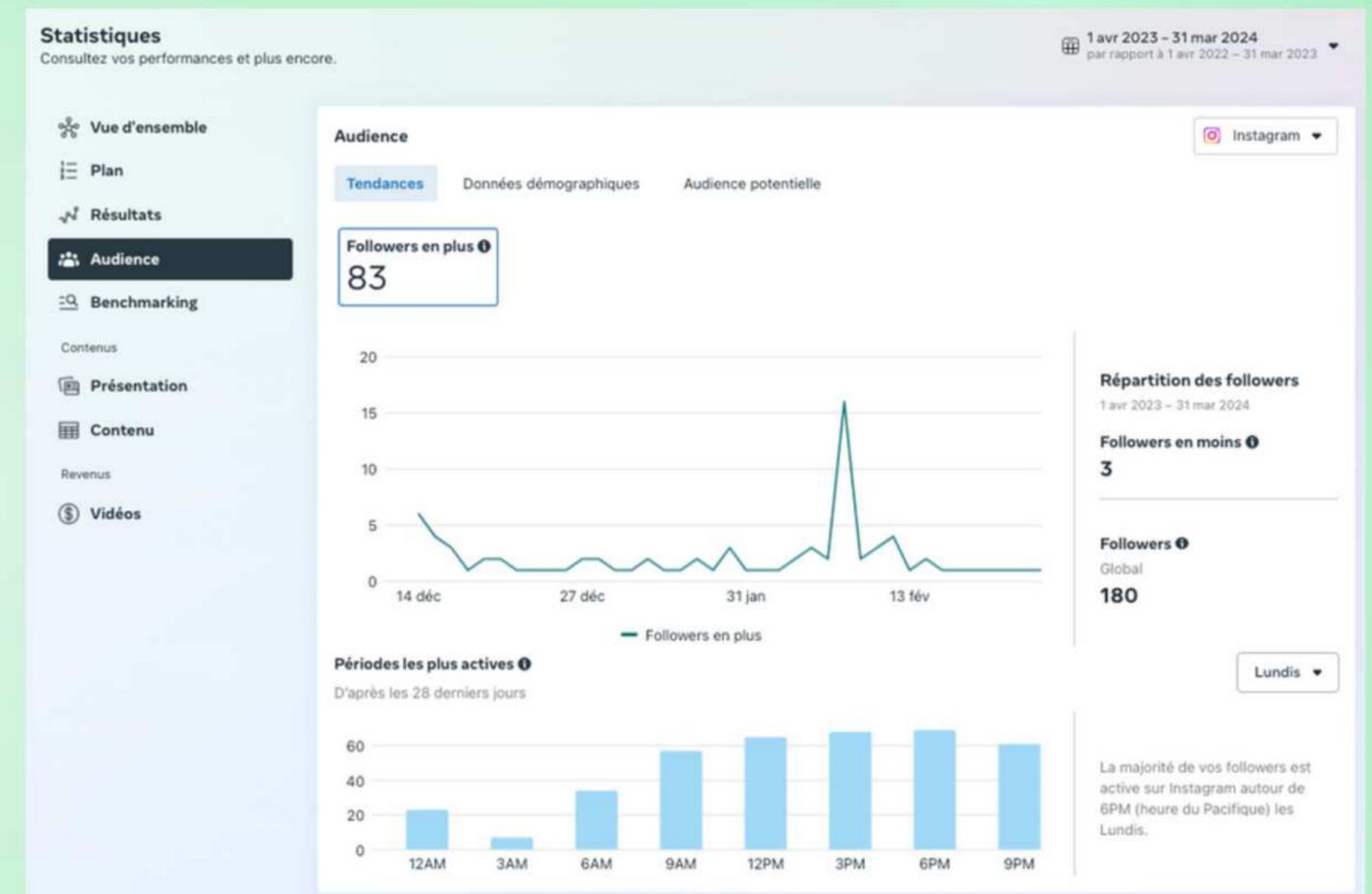
Facebook



L'audience de la Page Facebook du festival Quand ça nous chante ne connaît plus les mêmes augmentations, car elle est établie depuis plusieurs éditions et est surtout composée de personnes entre 24 et 35 ans.

Elle cible donc davantage le personnel scolaire (accompagnateurs.trices, animateurs.trices culturelles, etc.) et autres adultes faisant partie de l'entourage des jeunes.

Instagram



* À noter que le compte Instagram Quand ça nous chante couvre également l'actualité de Jamais Trop Tôt, et vivait son premier festival QCNC en février 2024.

C'est pourquoi on observe une augmentation aussi marquée du nombre d'abonné.e.s entre le 31 mars 2024 et aujourd'hui; c'est une communauté encore en construction qui continuera de grandir d'année en année. Communauté à haut potentiel car elle est évolutive (projets jeunesse)

Médias sociaux

Palmarès de publications

APCM

Couverture et impressions

- 1- VIDÉO FB : 16 mai 2023; Dévoilement des nominations Trille Or; **6,6k**
A également obtenu le plus de clics sur lien
- 2- REEL FB : 29 août 2023; Programmation du 12e Gala Trille Or; **5,6k**
- 3- PHOTO FB : 25 mai 2023; Chaque 24h votez coup de coeur partie III; **2,8k**

Interactions

- 1 - PHOTO IG : 26 juillet 2023; Collaboration avec Ontario créatif et MusicOntario; **295**
Appel aux artistes pour le MaMA; publication bilingue sur le compte de musicontario
- 2 - PHOTO IG : 20 décembre 2023; Félicitations Rond Point; **200**
Incluant 5 photos des participant.e.s et du concert
- 3 - PHOTO IG : 17 mai 2023; Collaboration avec Shawn Jobin, nommé Trille Or; **160**

QCNC

Couverture et impressions

- 1 - PHOTO FB : 11 octobre 2023; À vos agendas!; **2,7k**
- 2 - PHOTO FB : 8 février 2024; Horaire des prestations scolaires sur Youtube; **1,4k**
- 3 - LIEN YOUTUBE FB : 6 février; Partage du lien Youtube de diffusion en direct des prestations scolaires; **800**

Interactions

- 1 - PHOTO IG : 8 janvier 2024; Céleste Lévis en atelier d'écriture @jamaistroptot à @esc.theriault; **111** (en collaboration avec ÉSC Thériault)
- 2 - REEL IG : 23 février 2024; Vidéo récapitulative de QCNC 2024; **91**
- 3 - PHOTO IG : 12 mars 2024; Nouveautés APCM avec Sarah Howard; **64**
C'est d'ailleurs la 1re fois que QCNC public la playlist de Nouveautés de l'APCM.

Infolettres Campaign

Nos infolettres produites sur Campaign sont destinées au grand public et à nos membres (communications internes).

Étant donné qu'elles prouvent leur efficacité chaque année et que leur utilité est pour le moment indiscutable, nous avons préféré nous pencher sur la proportion de campagnes produites en 2023-2024, par projet et initiative, plutôt que sur les statistiques reliées à leur ouverture et taux d'interactions. Nous allons toutefois dans ce rapport mentionner les campagnes dont les statistiques nous ont fait tourner la tête comparativement à la norme.

En 2023-2024, nous avons créé **106 infolettres** au lieu des 107 comptabilisées en 2022-2023.

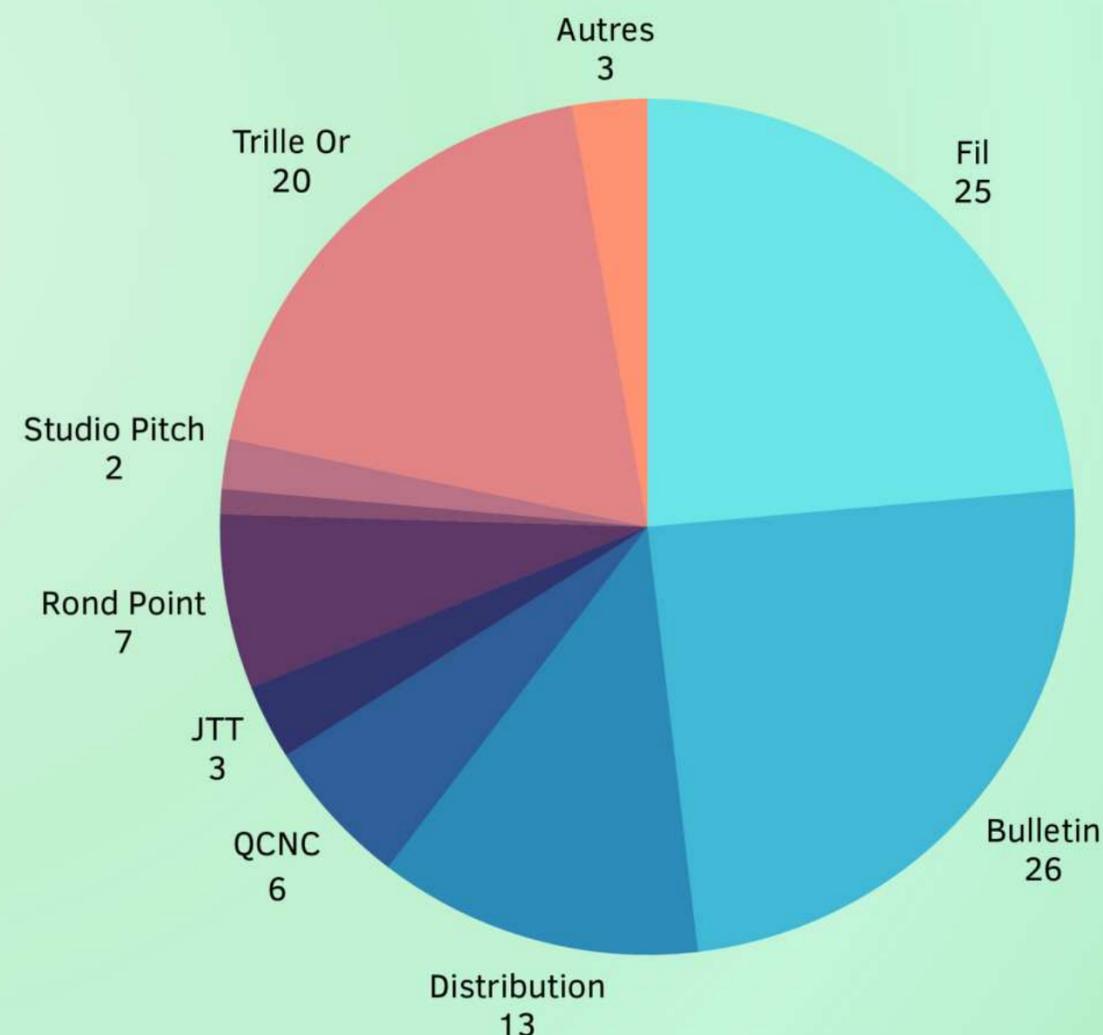
- Types d'infolettres :**
- Fil de nouvelles, envoyé au grand public
 - Bulletin aux membres, envoyé exclusivement aux membres
 - Appels d'offres et de candidatures
 - Communiqués et récapitulatifs
 - Invitations et convocations

Tableau de résultats

Taux moyens	2023-2024	2022-2023
Ouvertures	46,54 %	44,58 %
Clics	5,97 %	7,77 %
Réactivité	12,73 %	16,11 %

On constate une hausse du taux d'ouvertures global, mais une diminution des clics et de la réactivité.

Répartition des 106 campagnes



Infolettres Campaign

Listes d'envoi et nombre de destinataires

Bulletin aux membres et Fil d'actualités

Vers la fin mars 2024, nous avons désinscrit de la liste active les membres de l'APCM qui n'étaient plus en règle depuis le 31 mars 2023 ou avant. Cette opération a été déployée afin d'assurer transparence et rigueur administrative, car le Bulletin est une infolettre distribuant des informations privilégiées aux artistes qui paient leur adhésion et les services auxquels ils et elles peuvent bénéficier à l'APCM.

Sinon, le nombre de destinataires reste assez stable, sauf pour notre liste d'envoi grand public, celle baptisée *Abonnés depuis 2014*. Le lien d'inscription est celui que nous utilisons pour inviter notre public à s'abonner à notre Fil d'actualités ou toutes autres communications susceptibles d'intéresser notre communauté la plus vaste.

À droite : on note un pic d'inscriptions prononcé autour du 20 mars 2024, car suite à la désinscription des anciens membres dans la liste d'envoi du Bulletin, nous avons effectué une migration de ces adresses courriels vers la liste grand grand public.

Réactif, le public jeunesse

Nos communications destinées aux écoles, plus spécialement celles concernant Quand ça nous chante, sont parmi les plus attendues et consultées selon une comparaison entre 2023-2024 et l'année précédente. Contrairement à la quasi totalité de nos envois, ces infolettres enregistrent depuis les 2 dernières années des pourcentages à la fois élevés et équilibrés d'un taux à l'autre.

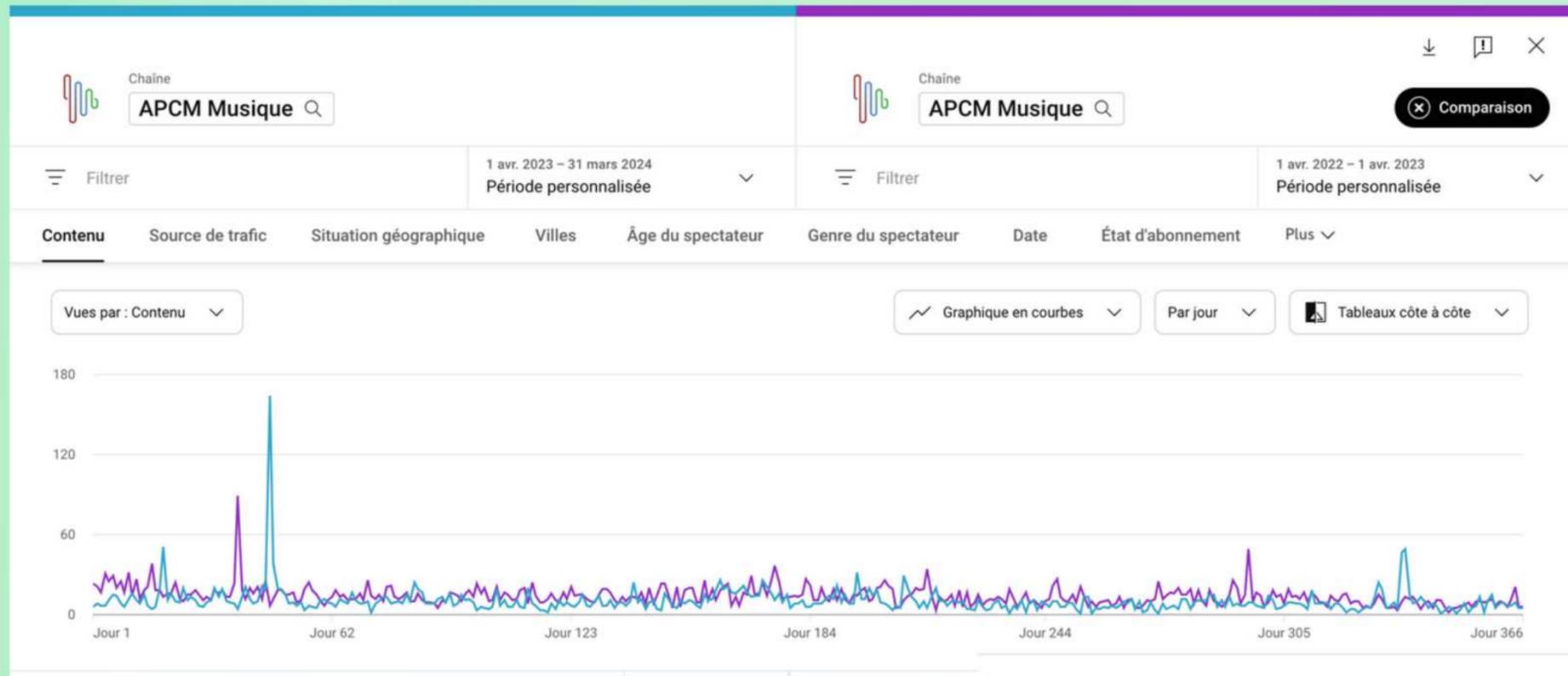
Par exemple, la campagne *dernier rappel* pour les réservations de QCNC 2024, envoyée le 9 janvier 2024, a enregistré un taux d'ouvertures de 71,7%, un taux de clics à 51,42 % et un taux de réactivité à 71,71%!

En 2022-2023, une campagne qui a obtenu des résultats similaires est l'infolettre *iStudio : ateliers et concours pour les élèves de la francophonie canadienne*.



Youtube

Chaîne APCM

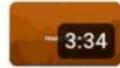
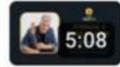
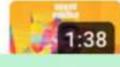


Nombre total de vues

2023-2024	2022-2023
3 775	5145

Si la chaîne YouTube de l'APCM a connu une année légèrement moins occupée qu'en 2022-2023, Trille Or a une fois de plus déjoué la tendance.

La vidéo de dévoilement des nominations, lancée en Première YouTube, a établi un record quotidien de 164 vues le 16 mai.

Contenu	Vues ↓	Durée de visionnage (heures)	Abonnés	Durée moyenne d'une vue	Impressions
Total	3775	153,0	16	2:25	33425
 Renev Ray • La Reine des guerres Session Live	2235 59,2 %	104,2 68,1 %	4 25,0 %	2:47	10434
 Dévoilement des nominations Trille Or 2023	297 7,9 %	11,4 7,5 %	5 31,3 %	2:18	1671
 C'est dans l'Air 2022	187 5,0 %	11,3 7,4 %	1 6,3 %	3:37	2658
 Franc'Choeur - Stef Paquette	177 4,7 %	5,0 3,3 %	0 0,0 %	1:42	880
 Trille Or 2023 : Brian St-Pierre, récipiendaire du prix Ho...	95 2,5 %	3,3 2,1 %	1 6,3 %	2:03	3062
 Festival Quand ça nous chante 2024	92 2,4 %	1,3 0,9 %	0 0,0 %	0:50	5274

Youtube

Chaîne APCM

Contenu	Vues	Contenu	Vues
<input checked="" type="radio"/> APCM Musique	3775	<input checked="" type="radio"/> APCM Musique <small>Comparaison</small>	5145
<input type="radio"/> 1 Reney Ray • La Reine des guerres Session Live	2235 59,2 %	<input type="radio"/> 1 Reney Ray • La Reine des guerres Session Live	3842 74,7 %
<input type="radio"/> 2 Dévoilement des nominations Trille Or 2023	297 7,9 %	<input type="radio"/> 2 Franc'Choeur - Stef Paquette	248 4,8 %
<input type="radio"/> 3 C'est dans l'Air 2022	187 5,0 %	<input type="radio"/> 3 Reportage - Projet Incubateur C'est dans l'air - mai 2019	89 1,7 %
<input type="radio"/> 4 Franc'Choeur - Stef Paquette	177 4,7 %	<input type="radio"/> 4 Franc'Choeur - Cindy Doire	85 1,7 %
<input type="radio"/> 5 Trille Or 2023 : Brian St-Pierre, récipiendaire du prix Hommage	95 2,5 %	<input type="radio"/> 5 Entrevue APCM : Michel Bénac du groupe Swing	62 1,2 %
<input type="radio"/> 6 Festival Quand ça nous chante 2024	92 2,4 %	<input type="radio"/> 6 Témoignages // Festival Quand ça nous chante 2016	55 1,1 %
<input type="radio"/> 7 Coups Francs - AkoufèN - L'acouphène	62 1,6 %	<input type="radio"/> 7 Coups Francs - Amelie et les singes bleus - La Rua Madureira.mp4	47 0,9 %
<input type="radio"/> 8 Entrevue APCM : Michel Bénac du groupe Swing	53 1,4 %	<input type="radio"/> 8 Gabriel Cyr • Tes Rayons Session live	46 0,9 %
<input type="radio"/> 9 Gabriel Cyr • Tes Rayons Session live	48 1,3 %	<input type="radio"/> 9 Céleste Lévis - gagnante du prix Radio-Canada à Ontario POP 2013	37 0,7 %

Meilleures performances

Toutefois, parmi toutes les vidéos diffusées pendant l'année, c'est la Session Live *La Reine des guerres* de Reney Ray, publiée le 1er octobre 2018, qui domine, avec 59,2 % des vues. À noter que ce contenu avait aussi les meilleurs résultats en termes de visionnements l'année dernière, avec une proportion de 74,7% des vues!

La vidéo de dévoilement des nominations, remplaçant le modèle traditionnel de conférence de presse, obtient la deuxième place avec un total de 297 vues.

C'est la vidéo récapitulative de *C'est dans l'Air 2022* qui remporte la troisième position avec 187 vues, soit 5% du total.

D'autres vidéos produites pendant l'année 2023-2024, comme le documentaire sur Brian St-Pierre dans le cadre de Trille Or ou encore le récapitulatif de *Quand ça nous chante 2024*, figurent également parmi les contenus les plus vus de la chaîne.

Annexes

- 1 - Rapport financier
- 2 - Rapport d'activités Trille Or 2023



disponibles dans le dossier Dropbox

Kit participant.e AGA 2024

envoyé par courriel

**ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S
DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE
FRANCO-ONTARIENNES**

31 MARS 2024

**ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S
DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE
FRANCO-ONTARIENNES**

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
États financiers	
Rapport de l'auditeur indépendant	1
État des résultats	4
État de l'évolution de l'actif net	5
État de la situation financière	6
État des flux de trésorerie	7
Notes complémentaires	8
Information financière supplémentaire (non audité)	
Produits et charges par activité et par projet	14

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux membres de
Association des professionnel(le)s de la chanson et de la musique franco-ontariennes

Rapport sur l'audit des états financiers

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers de l'Association des professionnel(le)s de la chanson et de la musique franco-ontariennes (l'« Association »), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 mars 2024, et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'Association au 31 mars 2024, ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'Association conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à l'audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Autres points

La responsabilité des autres informations incombe à la direction. Les autres informations se composent des informations financières supplémentaires aux pages 14 et 15, mais ne comprennent pas les états financiers et notre rapport de l'auditeur sur ces états financiers.

Notre opinion sur les états financiers ne s'étend pas aux autres informations et nous n'exprimons aucune forme d'assurance que ce soit sur ces informations.

En ce qui concerne notre audit des états financiers, notre responsabilité consiste à lire les autres informations et, ce faisant, à apprécier s'il existe une incohérence significative entre celles-ci et les états financiers ou la connaissance que nous avons acquise au cours de l'audit, ou si les autres informations semblent autrement comporter une anomalie significative. Si, à la lumière des travaux que nous avons effectués, nous concluons à la présence d'une anomalie significative dans les autres informations, nous sommes tenus de signaler ce fait. Nous n'avons rien à signaler à cet égard.

Marcil Lavallée

OTTAWA
400-1420 place Blair Towers Place
Ottawa ON K1J 9L8
T 613 745-8387
F 613 745-9584

Marcil-Lavallee.ca

Comptables professionnels agréés
Chartered Professional Accountants

 **MOORE**
Un membre indépendant de
Moore North America, Inc.
An independent member
of Moore North America, Inc.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'Association à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'Association ou de cesser son activité ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'Association.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'Association;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'Association à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'Association à cesser son exploitation;

- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

Rapport relatif à d'autres obligations légales et réglementaires

Conformément aux exigences de la Loi de 2010 sur les organisations sans but lucratif de l'Ontario, nous déclarons qu'à notre avis, ces méthodes ont été appliquées de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Marcil Lavallée

Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés

Ottawa (Ontario)
Le 4 septembre 2024

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

ÉTAT DES RÉSULTATS

EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024

4

	2024	2023
PRODUITS		
Subventions et contributions (note 3)	606 027 \$	510 691 \$
Commandites	91 050	17 500
Ventes et services professionnels	50 731	44 034
Dons en services	36 984	-
Droits d'entrée	29 740	21 600
Cotisations des membres	9 025	9 604
Autres	5 848	13 942
	829 405	617 371
CHARGES DE FONCTIONNEMENT		
Honoraires professionnels de comptabilité et achat de services	273 331	161 985
Salaires, avantages sociaux et contractuels	266 007	211 271
Publicité et promotion	146 768	38 496
Hébergement et repas	110 091	99 679
Frais de déplacement et de représentation	33 466	35 351
Matériel, fournitures et frais de bureau	26 542	16 820
Télécommunications	22 678	11 173
Loyer	18 450	13 980
Location de salle et d'équipement/matériel	13 691	16 480
Redevances versées aux artistes	10 053	15 386
Amortissement des immobilisations	4 503	4 333
	925 580	624 954
INSUFFISANCE DES PRODUITS PAR RAPPORT AUX CHARGES	(96 175) \$	(7 583) \$

**ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE
FRANCO-ONTARIENNES**

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET

EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024

5

	Non affecté	Fonds de conso- lidation	Réserve pour la relance écono- mique	2024 Total	2023 Total
SOLDE AU DÉBUT	11 853 \$	80 000 \$	92 000 \$	183 853 \$	191 436 \$
Insuffisance des produits par rapport aux charges	(96 175)	-	-	(96 175)	(7 583)
Affectation interne (note 10)	92 000	-	(92 000)	-	-
SOLDE À LA FIN	7 678 \$	80 000 \$	- \$	87 678 \$	183 853 \$

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

31 MARS 2024

6

	2024	2023
ACTIF		
ACTIF À COURT TERME		
Encaisse	44 599 \$	111 778 \$
Débiteurs (note 4)	30 519	48 660
Taxes à la consommation à recevoir	9 925	12 610
Subventions et contributions à recevoir	101 415	120 140
Frais payés d'avance	3 353	6 895
	189 811	300 083
IMMOBILISATIONS (note 5)	10 867	14 647
	200 678 \$	314 730 \$
PASSIF		
PASSIF À COURT TERME		
Créditeurs et frais courus (note 7)	62 500 \$	58 877 \$
Subventions et contributions reportées (note 8)	50 500	12 000
Dette à long terme remboursée au courant de l'exercice (note 9)	-	60 000
	113 000	130 877
ACTIF NET		
Non affecté	7 678	11 853
Affectations internes (note 10)		
Fonds de consolidation	80 000	80 000
Réserve pour la relance économique	-	92 000
	87 678	183 853
	200 678 \$	314 730 \$

AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

 , administrateur

 , administrateur

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024

7

	2024	2023
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Insuffisance des produits par rapport aux charges	(96 175) \$	(7 583) \$
Ajustements pour :		
Gouvernement du Canada - CUEC	(20 000)	-
Amortissement des immobilisations	4 503	4 333
	(111 672)	(3 250)
Variation nette des éléments hors trésorerie liés au fonctionnement :		
Débiteurs	18 141	(21 694)
Taxes à la consommation à recevoir	2 685	1 291
Subventions et contributions à recevoir	18 725	(35 161)
Frais payés d'avance	3 542	(4 955)
Créditeurs et frais courus	3 623	(36 391)
Subventions et contributions reportées	38 500	(128 000)
	(26 456)	(228 160)
ACTIVITÉ D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations	(723)	(9 075)
ACTIVITÉ DE FINANCEMENT		
Remboursement de la dette à long terme	(40 000)	-
DIMINUTION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	(67 179)	(237 235)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT	111 778	349 013
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN	44 599 \$	111 778 \$

La trésorerie et les équivalents de trésorerie sont constitués de l'encaisse.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

8

1. STATUT ET NATURE DES ACTIVITÉS

L'Association des professionnel(le)s de la chanson et de la musique franco-ontariennes, une société sans capital-actions constituée en vertu de la Loi de 2010 sur les organisations sans but lucratif de l'Ontario, a été créée dans le but de promouvoir la chanson et la musique franco-ontariennes. L'Association est un organisme sans but lucratif au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu et, à ce titre, est exonérée d'impôt.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

L'Association applique les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers exige que la direction procède à des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés au titre des actifs et des passifs et sur les montants comptabilisés au titre des produits et des charges pour les exercices visés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

Constatation des produits

L'Association comptabilise les subventions et contributions selon la méthode du report. Les subventions et contributions affectées à des charges de périodes futures sont constatées à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées et lorsque le montant peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

Les commandites, les ventes et services professionnels, les cotisations, les droits d'entrée et les autres produits sont constatés lorsqu'il y a une preuve convaincante de l'existence d'un accord et que le service a été rendu, pourvu que le recouvrement soit raisonnablement assuré.

Apport à recevoir

Un apport à recevoir est comptabilisé en actif lorsque le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que la réception finale du montant est raisonnablement assurée.

Services reçus à titre bénévole

L'Association ne pourrait exercer ses activités sans les services qu'elle reçoit de nombreux bénévoles qui lui consacrent un nombre d'heures considérable. En raison de la complexité inhérente à la compilation de ces heures et à la détermination de leur juste valeur, les services reçus à titre bénévole ne sont pas constatés dans les états financiers.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

9

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Commandites en services

L'Association a choisi de comptabiliser les commandites reçues sous forme de services lorsque la juste valeur de ces montants peut faire l'objet d'une estimation raisonnable, que les services sont utilisés dans le cours normal de ses activités et que l'Association aurait dû se procurer autrement ces services à défaut d'une commandite.

Immobilisations

Le matériel informatique est comptabilisé au coût. Il est amorti selon la méthode de l'amortissement dégressif au taux de 30 %.

Réduction de valeur des immobilisations

L'Association comptabilise en charges une réduction de valeur à l'état des résultats lorsqu'une immobilisation n'a plus aucun potentiel de service à long terme. La réduction comptabilisée est mesurée comme étant l'excédent de la valeur comptable nette de l'immobilisation sur sa valeur résiduelle.

Instruments financiers

Évaluation initiale

L'Association évalue initialement ses actifs financiers et ses passifs financiers créés ou échangés dans des opérations conclues dans des conditions de pleine concurrence à la juste valeur. Les actifs financiers et passifs financiers qui ont été créés ou échangés dans des opérations entre apparentés, sauf pour les parties qui n'ont pas d'autre relation avec l'Association qu'en leur qualité de membres de la direction, sont initialement évalués au coût.

Évaluation ultérieure

L'Association évalue ultérieurement tous ses actifs financiers et ses passifs financiers au coût ou au coût après amortissement.

Les actifs financiers évalués au coût après amortissement se composent de l'encaisse, des débiteurs et des subventions et contributions à recevoir.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

10

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Instrument financiers (suite)

Dépréciation

En ce qui a trait aux actifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement, l'Association détermine s'il existe des indications d'une possible dépréciation. Dans l'affirmative, et si l'Association détermine qu'il y a eu au cours de l'exercice un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs, une réduction de valeur est comptabilisée aux résultats. Si les indications de perte de valeur s'atténuent ou disparaissent, la moins-value déjà comptabilisée doit faire l'objet d'une reprise de valeur dans la mesure de l'amélioration. La valeur comptable de l'actif financier ne peut être supérieure à ce qu'elle aurait été à la date de reprise de valeur si la moins-value n'avait jamais été comptabilisée. La reprise de valeur est comptabilisée aux résultats.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique de l'Association consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie les soldes bancaires, y compris les découverts bancaires lorsque les soldes bancaires peuvent fluctuer entre le positif et le négatif.

3. SUBVENTIONS ET CONTRIBUTIONS

	2024	2023
Musicaction	172 375 \$	174 339 \$
Conseil des arts de l'Ontario (CAO)	105 452	105 452
Ministère de l'Éducation de l'Ontario	90 000	80 000
Fonds RadioStar	90 000	-
Ministère du Patrimoine canadien	70 200	112 400
Ontario Créatif	55 000	25 000
Gouvernement du Canada - CUEC	20 000	-
Fédération culturelle canadienne-française (PassepART)	3 000	13 500
	606 027 \$	510 691 \$

4. DÉBITEURS

	2024	2023
Comptes clients	31 019 \$	49 860 \$
Provision pour créances douteuses	(500)	(1 200)
	30 519 \$	48 660 \$

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

11

5. IMMOBILISATIONS

			2024	2023
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette	Valeur nette
Matériel informatique	35 819 \$	24 952 \$	10 867 \$	14 647 \$

6. EMPRUNT BANCAIRE

L'Association bénéficie d'une marge de crédit autorisée de 50 000 \$ renouvelable annuellement, portant intérêt au taux préférentiel plus 5,50 %. Cette marge de crédit est garantie par une convention de sûreté générale, portant sur les actifs de l'Association.

7. CRÉDITEURS ET FRAIS COURUS

	2024	2023
Fournisseurs et frais courus	56 647 \$	49 354 \$
Sommes à remettre à l'État	5 853	9 523
	62 500 \$	58 877 \$

8. SUBVENTIONS ET CONTRIBUTIONS REPORTÉES

Les subventions et contributions reportées représentent du financement affecté à couvrir les charges de projets de l'exercice suivant.

Les variations des subventions et contributions reportées se détaillent comme suit :

	2024	2023
Solde au début	12 000 \$	140 000 \$
Plus : montant octroyé au cours de l'exercice	644 527	382 691
Moins : montant constaté à titre de produits de l'exercice	(606 027)	(510 691)
Solde à la fin	50 500 \$	12 000 \$

Les subventions et contributions reportées se détaillent comme suit :

	2024	2023
Musicaction	50 500 \$	12 000 \$

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

12

9. DETTE À LONG TERME

	2024	2023
Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes, remboursé au courant de l'exercice	- \$	60 000 \$
Dettes à long terme échéant au cours du prochain exercice	-	60 000
	- \$	- \$

10. AFFECTATIONS INTERNES

Réserve pour la relance économique

La Réserve pour la relance économique a été établie afin de pouvoir répondre aux besoins émergents liés à l'impact de la pandémie du coronavirus (COVID-19) de l'organisme pour les deux prochaines années, soit jusqu'au 31 mars 2025.

Au cours de l'exercice, le conseil d'administration a approuvé un transfert de 92 000 \$ provenant de la Réserve pour la relance économique vers le Fonds non affecté.

Fonds de consolidation

Le Fonds de consolidation est destiné à assurer la viabilité de l'organisme à court, moyen et long terme.

11. INSTRUMENTS FINANCIERS

Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un actif financier manque à l'une de ses obligations et amène de ce fait l'Association à subir une perte financière. Le risque de crédit pour l'Association est principalement lié aux débiteurs.

L'Association consent du crédit à ses clients dans le cours normal de ses activités. Elle effectue, de façon continue, des évaluations de crédit à l'égard de ses clients et maintient des provisions pour pertes potentielles sur créances, lesquelles, une fois matérialisées, respectent les prévisions de la direction. Environ 28 % du total des comptes clients est à recevoir d'une entité. L'Association évalue qu'aucun risque important ne découle de cette situation.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MARS 2024

13

11. INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

Risque de taux d'intérêt

Le risque de taux d'intérêt est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations de taux d'intérêt. L'Association est exposée au risque de taux d'intérêt en ce qui concerne ses instruments financiers à taux d'intérêt fixe. Les instruments à taux d'intérêt fixe assujettissent l'Association à un risque de juste valeur puisque celle-ci varie de façon inverse aux variations des taux d'intérêt du marché.

12. ÉVENTUALITÉS

Montants octroyés en vertu d'ententes

Dans le cours normal de ses activités, l'Association signe des ententes en vertu desquelles des montants lui sont octroyés pour l'exécution de projets qui sont assujettis à des restrictions qui régissent l'utilisation des fonds. Les bailleurs de fonds peuvent effectuer une vérification des registres comptables de l'organisme pour s'assurer du respect de ces modalités. Dans l'éventualité où des montants pourraient faire l'objet de remboursement à un organisme de financement, les ajustements nécessaires seront affectés à l'exercice au cours duquel ils seront constatés.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

INFORMATION FINANCIÈRE SUPPLÉMENTAIRE PRODUITS ET CHARGES PAR ACTIVITÉ ET PAR PROJET EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024 (non audité)

14

	Administration	Distribution	Promotion et démarchage	Jamais trop tôt	Profusion	Projets spéciaux	Rond Point	QCNC	Trille or	Service Gestion administrative	2024 Total	2023 Total
PRODUITS												
Subventions et contributions												
Musicaction	20 375 \$	10 125 \$	5 000 \$	- \$	27 000 \$	- \$	18 500 \$	20 000 \$	66 375 \$	5 000 \$	172 375 \$	174 339 \$
Conseil des arts de l'Ontario	56 640	6 500	500	-	7 500	-	18 000	3 312	13 000	-	105 452	105 452
Ministère de l'Éducation de l'Ontario	-	-	-	-	-	-	-	90 000	-	-	90 000	80 000
Fonds RadioStar	-	-	-	-	-	-	-	-	90 000	-	90 000	-
Ministère du Patrimoine canadien	32 348	2 000	934	-	1 000	-	10 000	11 000	12 918	-	70 200	112 400
Ontario Créatif	-	10 000	25 000	-	-	-	-	-	20 000	-	55 000	25 000
Gouvernement du Canada – CUJEC	20 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20 000	-
Fédération culturelle canadienne-française (PassepART)	-	-	-	-	-	3 000	-	-	-	-	3 000	13 500
	129 363	28 625	31 434	-	35 500	3 000	46 500	124 312	202 293	5 000	606 027	510 691
Autonomes												
Commandites	-	-	-	-	-	-	1 000	8 000	82 050	-	91 050	17 500
Ventes et services professionnels	450	10 151	1 000	20 242	-	2 000	13 000	3 888	-	-	50 731	44 034
Dons en services	-	-	-	-	-	-	-	-	36 984	-	36 984	-
Droits d'entrée	-	-	-	-	-	-	-	28 200	1 540	-	29 740	21 600
Cotisations des membres	9 025	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9 025	9 604
Autres	5 348	-	-	-	-	-	500	-	-	-	5 848	13 942
	14 823	10 151	1 000	20 242	-	2 000	14 500	40 088	120 574	-	223 378	106 680
TOTAL DES PRODUITS (à reporter)	144 186	38 776	32 434	20 242	35 500	5 000	61 000	164 400	322 867	5 000	829 405	617 371

ASSOCIATION DES PROFESSIONNEL(LE)S DE LA CHANSON ET DE LA MUSIQUE FRANCO-ONTARIENNES

INFORMATION FINANCIÈRE SUPPLÉMENTAIRE PRODUITS ET CHARGES PAR ACTIVITÉ ET PAR PROJET EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024 (non audité)

15

	Administration	Distribution	Promotion et démarchage	Jamais trop tôt	Profusion	Projets spéciaux	Rond Point	QCNC	Trille or	Service Gestion administrative	2024 Total	2023 Total
TOTAL DES PRODUITS (reporté)	144 186	38 776	32 434	20 242	35 500	5 000	61 000	164 400	322 867	5 000	829 405	617 371
CHARGES												
Honoraires professionnels, de comptabilité et achats de services	75 488	-	1 000	11 550	21 347	3 000	20 645	43 565	96 736	-	273 331	161 985
Salaires, avantages sociaux et contractuels	127 537	22 270	6 000	5 980	13 903	2 000	13 000	49 250	21 067	5 000	266 007	211 271
Publicité et promotion	887	4 200	10 333	-	-	-	1 605	10 619	119 124	-	146 768	38 496
Hébergement et repas	312	-	6 138	1 272	-	-	16 852	45 923	39 594	-	110 091	99 679
Frais de déplacement et de représentation	54	-	8 377	1 440	-	-	4 773	9 153	9 669	-	33 466	35 351
Matériel, fournitures et frais de bureau	9 572	-	586	-	-	-	1 145	1 695	13 544	-	26 542	16 820
Télécommunications	12 887	176	-	-	-	-	260	-	9 355	-	22 678	11 173
Loyer	9 121	2 779	-	-	250	-	1 000	-	5 300	-	18 450	13 980
Location de salle et d'équipement/matériel	-	-	-	-	-	-	1 720	3 540	8 431	-	13 691	16 480
Redevances versées aux artistes	-	9 351	-	-	-	-	-	655	47	-	10 053	15 386
Amortissement des immobilisations	4 503	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4 503	4 333
TOTAL DES CHARGES	240 361	38 776	32 434	20 242	35 500	5 000	61 000	164 400	322 867	5 000	925 580	624 954
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES PRODUITS PAR RAPPORT AUX CHARGES	(96 175) \$	- \$	- \$	- \$	- \$	- \$	\$	- \$	- \$	- \$	(96 175) \$	(7 583) \$



Rapport d'activités

Projet : Trille Or
FONDS RADIOSTAR

Stratégies et outils empruntés par l'APCM pour promouvoir l'événement Trille Or et ses artistes en nomination

Introduction

Partenaire financier essentiel pour Trille Or, Fonds RadioStar apparaît dans la quasi-totalité des communications officielles et promotionnelles entourant l'événement. En image (logo), sous son appellation ou avec les mots-clés [#FondsRadioStar](#) / [#fondsradiostar](#).

Communiqués de presse, vidéos, section partenaires du www.trilleor.ca, programme imprimé du Gala, campagne d'affichage à Ottawa, publications sur les réseaux sociaux et autres affichages numériques pendant les différentes activités de l'événement Trille Or.

Une stratégie de contenu organisée et soutenue sur les réseaux sociaux pendant la période estivale nous a permis d'associer le nom Fonds RadioStar à l'ensemble des artistes en nomination. Notre partenaire d'envergure est également mentionné dans le générique de la série de baladodiffusion *D'une francophonie à l'autre*, produite par Culture Cible.



Concept + Graphisme

Organisé tous les deux ans, Trille Or se distingue comme étant notre projet le plus prestigieux; celui visant à récompenser l'excellence des artistes les plus accompli.e.s parmi notre membricité et ailleurs dans la francophonie canadienne.

À l'interne, nous avons donc élaboré la marque des Trille Or 2023 en optant pour un concept Art Deco qui allait transparaître à travers tous les éléments visuels de la 12e édition. Les lignes dynamiques et académiques de ce style décoratif inspiraient la mise en valeur des artistes que nous imaginions pour la production de pièces promotionnelles exclusives.

L'APCM a donc livré le mandat de graphisme au Studio 123 pour une troisième année consécutive. Cette collaboration a permis rigueur et polyvalence dans la déclinaison d'éléments visuels servant à concevoir toutes les opérations communicationnelles du projet, notamment grâce à la conception d'une trousse Canva, partagée avec l'équipe de l'APCM et facile d'utilisation pour ses employé.e.s.



Partage des graphiques des nommé.e.s, inspirés des cartes de hockey à collectionner

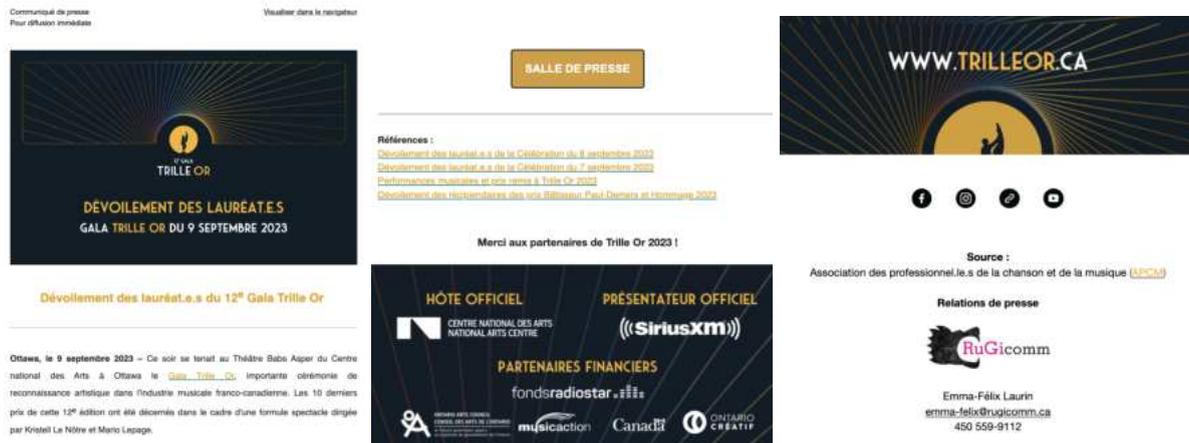
Relations de presse par RuGicomm

Nous avons également fait affaire avec un service externe pour la gestion des relations de presse étant donné l'envergure du projet et son importance dans l'industrie musicale francophone au Canada.

Avantages : envoi de toutes nos communications Trille Or (8 communiqués de presse) à un réseau de contacts professionnels élargi et à des listes médiatiques exhaustives, ainsi que gestion d'entrevues avec les artistes en nomination et les organisateurs.trices du projet.

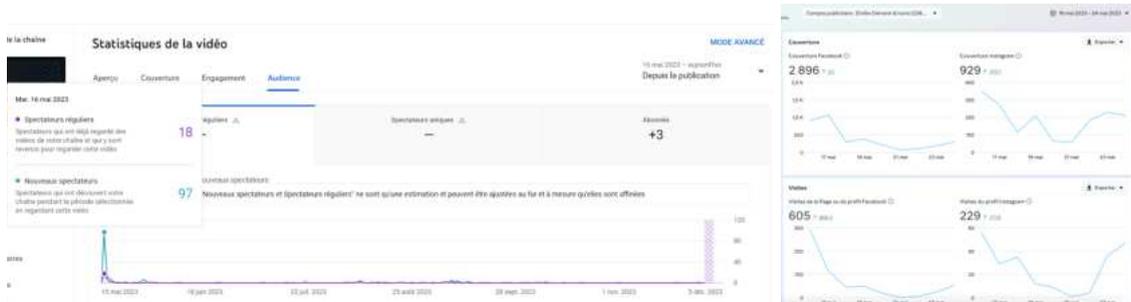
L'équipe de RuGiComm était également sur place pendant l'événement Trille Or, notamment pour prendre en charge la salle de presse au Centre national des Arts et pour gérer les demandes d'entrevues suite aux remises de prix.

Le mandat de RuGicomm sur Trille Or 2023 s'est terminé avec la production d'un rapport de presse de 7 pages incluant le lien vers un dossier contenant toutes les [coupures de presse journaux et web](#).



Dévoilement des nominations le 16 mai 2023

Pour dévoiler les 31 artistes en nomination dans 22 catégories, l'APCM a produit une vidéo en collaboration avec Antoine Simard-Legault et a organisé une diffusion en Première sur sa chaîne Youtube. Le communiqué de presse de dévoilement des nominations a été envoyé le 16 mai 2023 immédiatement après la Première Youtube. Par la suite, la vidéo disponible a pu être partagée dans l'ensemble des communications concernant l'événement.



Dévoilement des prix Hommage et Bâtisseur Paul-Demers le 18 juillet

L'annonce des récipiendaires Brian St-Pierre et Pierrette Madore pendant l'été s'est avérée stratégique à l'égard de la visibilité des Trille Or entre le dévoilement des nominations et l'événement. Il était déjà possible pour nous d'afficher le lauréat et la lauréate sur le nouveau microsite, démontrant une petite activité et suscitant quelques entrevues au passage.

Les prix ont pu être remis en personne lors des Célébrations Trille Or des 7 et 8 septembre, nous laissant l'opportunité de produire une présentation personnalisée, un numéro exclusif, pour chaque remise honorifique. (Voir le documentaire de Brian St-Pierre)



Youtube

Au lieu d'une conférence de presse, nous avons diffusé sur la chaîne Youtube APCM Musique une vidéo de dévoilement des nominations le 16 mai 2023 à midi. Nous voulions réunir un maximum de personnes en même temps sur la chaîne pour le visionnement, donc nous avons annoncé et lancé la Première Youtube avant de partager le lien de rediffusion.

<https://www.youtube.com/watch?v=m7CE1bd9whQ>

À l'issue de l'événement Trille Or 2023, nous avons également rendu public sur Youtube le documentaire *Trille Or 2023 : Brian St-Pierre, récipiendaire du prix Hommage*. La vidéo produite par l'APCM et réalisée en collaboration avec des proches de Brian St-Pierre était projetée en primeur à la Quatrième Salle pendant la cérémonie de remises de prix du 8 septembre afin d'introduire le lauréat.

<https://www.youtube.com/watch?v=HR4UkjhbJc>

Une fois la vidéo rendue publique le 13 octobre, nous en avons fait la promotion en Story sur les réseaux sociaux. Nous l'avons également partagée dans notre infolettre Fil de nouvelles et cette journée-là, Brian St-Pierre était en couverture de notre liste de lecture *Nouveautés musicales APCM*. Un autre partage du documentaire a été fait dans le Fil du 24 novembre, juste sous la sortie de son nouveau vidéoclip pour « Fou de toi ».

Campaign (infolettres)

Tout au long du processus d'organisation des Trille Or – incluant l'ouverture des candidatures à l'automne 2022 –, l'APCM a utilisé l'infolettre Campaign comme moyen de communication premier pour informer les parties prenantes du développement de l'événement.

Les appels à soumissions, le dévoilement des nominations et les annonces entourant les activités et les lauréat.e.s Trille Or ont d'abord été émis via Campaign, avant leur intégration sur le web et le partage de contenu sur les réseaux sociaux. Tous les communiqués de presse concernant l'événement ont également été diffusés en simultané par RuGicomm.

Appel au vote des membres APCM pour la catégorie Initiative artistique
22 mars 2023

<https://createsend.com/t/j-947A6D55B527DE5D2540EF23F30FEDED>

Save the Date

4 avril 2023

<https://createsend.com/t/j-EAD7C88E830A6A212540EF23F30FEDED>

Appel de candidatures Prix Hommage et Prix Bâtitseur Paul-Demers
27 avril 2023

<https://createsend.com/t/j-713A5EBB9A9BF5DA2540EF23F30FEDED>

rappel le 24 mai 2023

<https://createsend.com/t/j-AF1B1AA8B74FC0E42540EF23F30FEDED>

Communiqué pré-dévoilement

2 mai 2023

<https://createsend.com/t/j-BB1E3356F79154CE2540EF23F30FEDED>

Rappel de dévoilement

15 mai 2023

<https://createsend.com/t/j-BEC3B62395ADDD522540EF23F30FEDED>

Communiqué de dévoilement des artistes en nomination

16 mai 2023

<https://createsend.com/t/j-53C31240DA21E14D2540EF23F30FEDED>

Vote Coup de coeur du public Trille Or

29 mai 2023

<https://createsend.com/t/j-5DD96CA512AF7B432540EF23F30FEDED>

rappel le 15 juin 2023

<https://createsend.com/t/j-5DD96CA512AF7B432540EF23F30FEDED>

Appel de candidatures Vitrites, Studio Pitch et Conseils Éclairs

21 juin 2023

<https://createsend.com/t/j-E2F3ABAD82175BF62540EF23F30FEDED>

rappel le 4 juillet 2023

<https://createsend.com/t/j-03BF99D6044E9FE82540EF23F30FEDED>

rappel le 19 juillet 2023

<https://createsend.com/t/j-1300B64EC1E103262540EF23F30FEDED>

Dévoilement des lauréat.e.s Prix Hommage et Prix Bâtitseur Paul-Demers

18 juillet 2023

<https://createsend.com/t/j-772DB0E4D514B2392540EF23F30FEDED>

Communiqué d'annonce de programmation officielle

8 août 2023

<https://createsend.com/t/j-AA3F4C58D2A0892A2540EF23F30FEDED>

Communiqué d'annonce du Volet professionnel

22 août 2023

<https://createsend.com/t/j-43103D1AC81492582540EF23F30FEDED>

Communiqué d'annonce d'horaire des remises de prix et vitrines musicales

29 août 2023

<https://createsend.com/t/j-46761A40DD2C1CF12540EF23F30FEDED>

Communiqué de dévoilement des lauréat.e.s Trille Or du 7 septembre

7 septembre 2023

<https://createsend.com/t/j-53E61B96399A545B2540EF23F30FEDED>

Communiqué de dévoilement des lauréat.e.s Trille Or du 8 septembre

8 septembre 2023

<https://createsend.com/t/j-61070BB75845E6AE2540EF23F30FEDED>

Communiqué de dévoilement des lauréat.e.s Trille Or du 9 septembre (Gala)

9 septembre 2023

<https://createsend.com/t/j-71678E08ED0B4E162540EF23F30FEDED>

Lancement de la série de baladodiffusions *D'une francophonie à l'autre* (Culture Cible)

le 30 novembre 2023

<https://createsend.com/t/j-538F90EDD89112AB2540EF23F30FEDED>

Campaign	Date Sent	Emails Delivered	Open Rate	Click Rate	CTOR
Appel de candidatures // Vitrines, Studio Pitch et Conseils // Trille Or 2023	Wed 21 Jun 2023	243	72.8% 177	3.3% 8	4.5% 8
Communiqué Prix et artistes en vitrines Trille Or 2023	Tue 29 Aug 2023	1,346	50.1% 674	3.6% 48	7.1% 48
Vote Coup de coeur du public Trille Or 2023	Mon 29 May 2023	316	50.3% 159	16.5% 52	32.7% 52
BAPPEL candidatures recherchées Prix Hommage et Prix Bâtitseur Trille Or 2023	Wed 24 May 2023	222	62.2% 138	4.1% 9	6.5% 9

À noter que les communications ayant provoqué le plus d'ouvertures sont celles destinées à notre public interne (appels de candidatures). Toutefois, l'infolettre ayant obtenu le plus haut CTOR (click-to-open rate) est l'appel au vote du public pour le Coup de cœur.

Coup de coeur du public

La stratégie promotionnelle Trille Or ne reposait pas seulement sur la reconnaissance et la récompense d'artistes méritant.e.s, mais aussi en grande partie sur la visibilité et la découvrabilité de leurs œuvres.

La catégorie Coup de cœur du public, sollicitant le vote du plus grand nombre pour établir un.e lauréat.e, a donc été créée dans cette optique. À partir du dévoilement des nommé.e.s le 16 mai jusqu'au 30 juin 2023, le grand public était invité à aller voter quotidiennement pour leurs artistes préféré.e.s. sur le www.trilleor.ca.

Tous et toutes les artistes en nomination ayant soumis leur candidature dans les catégories Artiste solo et Groupe, soit 21 au total, étaient en lice pour remporter le Coup de cœur du public. Représentant la catégorie avec le plus de nominations, le Coup de cœur s'est avéré être une stratégie de promotion efficace pour l'événement Trille Or, car le succès des nommé.e.s allait ici être déterminé par leur capacité à toucher leur public et à mobiliser le plus de fans pour générer un maximum de votes.

La période du 16 mai au 30 juin pour le Coup de cœur du public n'était pas un hasard. Nous voulions créer la plus grande activité possible suite au dévoilement, mais avant la fin des classes, afin de solliciter la participation des élèves et intervenant.e.s au niveau scolaire. Nous savions que l'été allait causer un ralentissement de trafic autour de nos communications, donc nous avons profité de cette période pour susciter l'engouement général et optimiser les opportunités de vote. Cette stratégie allait ensuite nous permettre de mettre l'accent sur la présentation des autres catégories et sur la promotion individuelle de chacun.e des 31 artistes en nomination.

À noter que cet appel au public à voter sur le www.trilleor.ca a entraîné une activité frauduleuse de source inconnue et enregistré des statistiques biaisées - à prendre en considération en consultant nos performances sur Analytics. En voyant les résultats hors norme et afin d'élire un.e lauréat.e légitime pour ce prix, nous avons d'ailleurs demandé à Axmith&Robin un rapport de comptabilisation des votes extrayant les répétitions d'adresses IP sur des périodes de 24h.

Voici les résultats finaux du vote du public (après rectification des votes frauduleux)

Votes Trille Or		
Artistes	Votes	Pourcentage
Reney Ray	1475	21.75 %
Les Rats d'Swompe	1267	18.68 %
LeFLOFRANCO	897	13.23 %
Règlement 17	864	12.74 %
Mélissa Ouimet	643	9.48 %
Céleste Lévis	550	8.11 %
Les Chiclettes	205	3.02 %
Élodie Orsei	204	3.01 %
Jean Cloutier	162	2.39 %
Matt Stern	90	1.33 %
Radio Radio	72	1.06 %
YAO	70	1.03 %
Shawn Jobin	67	0.99 %
Étienne Fletcher	51	0.75 %
Geneviève et Alain	48	0.71 %
Mimi O'Bonsawin	36	0.53 %
Anique Granger	31	0.46 %
Ponteix	21	0.31 %
Marie-Clo x éemi (Beau Nectar)	14	0.21 %
Jocelyne Baribeau	8	0.12 %
Loig Morin	7	0.10 %

Site web www.trilleor.ca //

Une fois la stratégie de contenu établie pour Trille Or 2023, il a été entendu qu'un support numérique réservé à l'événement était nécessaire. Au lieu de mettre sur pied une application, comme cela avait déjà été fait dans le passé, ou d'héberger l'information sur le www.apcm.ca, nous avons décidé de produire un microsite ayant comme domaine le www.trilleor.ca. Facile d'accès et à la hauteur de la renommée de la marque "Trille Or", ce microsite allait nous permettre de poursuivre notre opération de mise en valeur de l'événement et de ses parties prenantes : artistes en nomination, collaborateurs.trices, partenaires et commanditaires.

Le développement du microsite a été rapidement réalisé par l'équipe d'Axmith&Robin avec qui nous faisons déjà affaire pour la conception et la mise en ligne du www.apcm.ca. Cette collaboration renouvelée s'est avérée très avantageuse à différents égards. Tout d'abord au niveau de la compréhension de nos besoins et de ceux de nos utilisateurs.trices, et surtout grâce à l'utilisation de la même plateforme (Craft) pour l'intégration (et la collection) des données. L'équipe de l'APCM, ayant déjà maîtrisé l'utilisation de Craft depuis les deux dernières années dans le cadre de sa refonte web, a pu rapidement mettre en place les différents éléments.

Notre vision était claire et épurée dès le départ : une page d'accueil pour tomber immédiatement sur les informations prioritaires, une page artistes où trouver les nommé.e.s et découvrir leurs projets en un clic, une page Prix où retrouver toutes les nominations par catégorie, et une page Infos réservée à l'événement (7 au 9 septembre) et à ses divers renseignements.

L'équipe d'Axmith&Robin a très bien servi les Trille Or en mettant également en place une page Vote jusqu'au 30 juin, afin que le public aille voter pour leur Coup de cœur, et en créant des espaces judicieux d'intégration de plateformes reliés à chaque artiste pour la découverte de leurs œuvres. L'intégration de filtres de recherche ainsi que de la signature graphique préalablement conçue par le Studio 123 ont contribué au succès de ce microsite. Une section Médias reliée à une salle de presse en ligne (alimentée par RuGicomm) s'est avérée être un autre bon outil de communication.

Autre avantage avec le www.trilleor.ca : il est fait pour rester. Au même titre que le [apcm.ca](http://www.apcm.ca) hébergé sur la même plateforme, le [trilleor.ca](http://www.trilleor.ca) permet l'archivage de nos données et un système de classification par édition. De ce fait, en visitant le microsite dans les années à venir, les utilisateurs.trices pourront également avoir accès aux informations (nominations et victoires) des éditions précédentes. La barre de recherche par année n'est pas encore activée, mais nous avons déjà un aperçu de cette fonctionnalité de classification par année.

Nous avons officiellement convoqué le grand public à visiter le www.trilleor.ca dès le dévoilement des nominations, le 16 mai 2023.



Q. Recherche...		Lignes par page: 10			1/1
Nom de l'événement	Nombre d'événements	Nombre total d'utilisateurs	Nombre d'événements par utilisateur	Revenu total	
	1094914 100 % du total	116488 100 % du total	9,38 Egal à la moyenne	0,00 \$	
1 page_view	254702	116424	2,19	0,00 \$	
2 scroll	218970	111759	1,96	0,00 \$	
3 user_engagement	166985	112387	1,47	0,00 \$	
4 session_start	122592	116972	1,05	0,00 \$	
5 first_visit	115151	116363	0,99	0,00 \$	
6 form_submit	107111	105270	1,02	0,00 \$	
7 form_start	106902	105270	1,02	0,00 \$	
8 click	2310	943	2,45	0,00 \$	
9 file_download	191	93	2,05	0,00 \$	

Réseaux sociaux

Conserver l'engouement pour les Trille Or de mai à septembre était un défi. Notamment parce que l'événement était traditionnellement organisé au printemps (mai - juin) et aussi à cause de la période estivale qui allait certainement faire diminuer les visites et l'activité numériques.

Afin de rallier toutes les communautés touchées de près ou de loin par Trille Or 2023 et d'interpeller le plus grand bassin de personnes possible, l'APCM s'est concentrée sur une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram. L'organisation d'un calendrier et la préparation de contenus (visuels et textuels) étaient nécessaires et a été préparée à l'interne. La portion graphique s'est heureusement avérée facilitée par la proposition du Studio 123 de décliner les nouveaux éléments graphiques de la marque Trille Or sur Canva.

PARTAGE D'UN LIEN

Facebook

16 mai AM : Lien Première **Youtube**. Publication Facebook pour annoncer le dévoilement des nominations à midi

28 août : Lien de l'article sur le site du **Panthéon**. Annonce du partenariat avec le Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens.

https://www.cshf.ca/fr/2023-inductions-notre-place/?fbclid=IwAR32PDw4VSm_Z_cQLmPtXSa6h1GxRGM2ZIF-W9Y1FeLDdbEhd_enkS-fvM

Vidéos

Facebook

16 mai PM (post-dévoilement en direct) : Partage de la vidéo de dévoilement des nominations sur Facebook (publicité payée)

29 mai : Présentation des catégories de genres

6 juin : Présentation des catégories Réalisation et arrangements et Prise de son et mixage

12 juin : Présentation des catégories Spectacle, Spectacle en ligne et Export Ontario

19 juin : Présentation des catégories Vidéoclip, Chanson primée, EP et Album

27 juin : Présentation des catégories Conception visuelle, Présence Web et Initiative artistique

3 juillet : Présentation des catégories Artiste solo, Groupe, Découverte et Auteur.e et/ou compositeur.trice

5 septembre : Annonce des Dîners concert gratuits SONGS FROM THE SHED (partage de la publication de la CIMO) en collaboration avec Trille Or

Reels

Instagram

16 mai : Dévoilement des nommé.e.s

22 mai : Nominations Coup de coeur du public + invitation à voter

29 mai : Présentation des catégories de genres

6 juin : Présentation des catégories Réalisation et arrangements et Prise de son et mixage

12 juin : Présentation des catégories Spectacle, Spectacle en ligne et Export Ontario

19 juin : Présentation des catégories Vidéoclip, Chanson primée, EP et Album

27 juin : Présentation des catégories Conception visuelle, Présence Web et Initiative artistique

3 juillet : Présentation des catégories Artiste solo, Groupe, Découverte et Auteur.e et/ou compositeur.trice (doublon)

Facebook

22 mai : Nominations Coup de coeur du public + invitation à voter

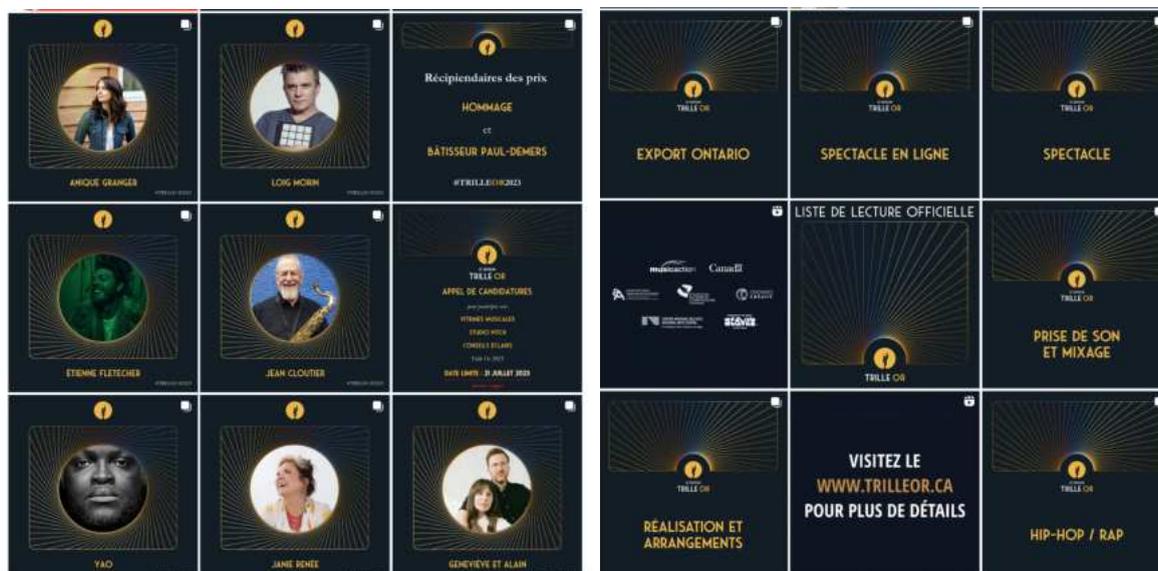
29 août : Dévoilement de la programmation du Gala + invitation à acheter des billets

Photos (visuels conçus dans Canva)

pour promouvoir : - chaque catégorie et ses nommé.e.s (carrousels et albums)

ainsi que - chaque artiste en nomination (publications individuelles collaboratives)

Promotion individuelle et collective : à la fois pour promouvoir chaque catégorie, regroupant 3 à 5 nommé.e.s et pour promouvoir individuellement chaque nommé.e, rappelant son nombre de nominations.



Facebook + Instagram

23, 24 et 25 mai : Publications Catégorie Coup de cœur du public en **3 parties***

* *Il y avait 21 nominations, soit trop de photos pour 1 publication Carrousel IG (convertie en albums Facebook).*

30 mai au 7 juillet : Publications des 21 catégories restantes (1 publication* / catégorie)

* *Incluant 4 ou 6 photos (graphique de couverture + 3 ou 5 graphiques de nommé.e)*

26 juin : Publication Votez Coup de cœur

15 juillet au 26 août : Publications individuelles des 31 artistes en nomination

30 août : Publication pour annoncer Kristell Le Nôtre, directrice artistique du 12e Gala Trille Or

2 septembre : Publication sur le Volet professionnel et ses panels

6 septembre : Publication pour annoncer la diffusion des Célébrations Trille Or des 7 et 8 septembre sur TWITCH

7 septembre** : Publication FACEBOOK pour marquer le début de l'événement (avec horaires)

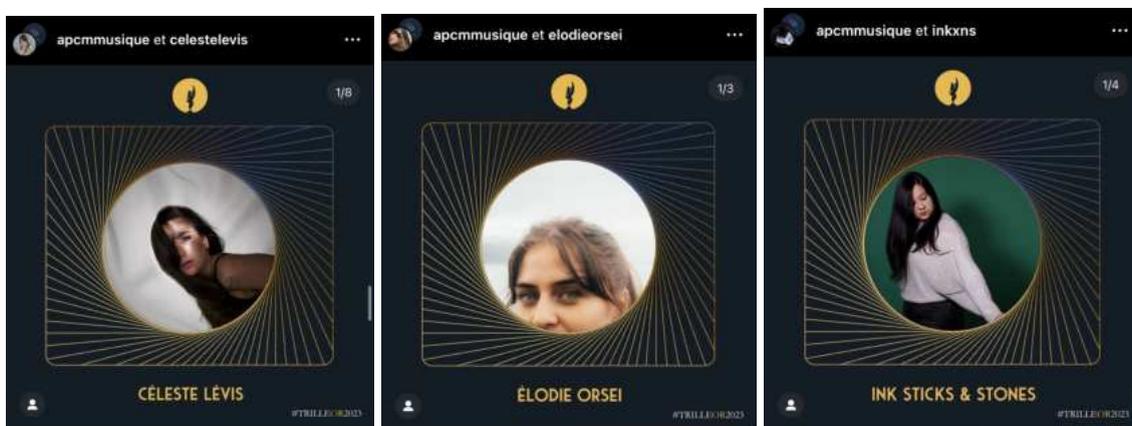
** Story Instagram le 7 septembre

9 septembre : Publication pour partager la liste de lecture *Les influences de* (promotion de la catégorie Album dont le prix était remis ce soir-là)

Les statistiques sont plus stables du côté d'Instagram, notamment parce qu'il n'y a pas de lien dans les publications.

Publications collaboratives sur Instagram

acceptées par les artistes ou invitation des artistes à collaborer avec apcmmusique



PRISE DE CONTRÔLE / TAKEOVER

Geneviève et Alain le 15 juillet : 15 Stories

(publication le 14 août)

	C'était très cool!!	Booster	...	Samedi 15 juillet 2...	83 Impressions
	@genevieve_et_alain	Boost indisponible	...	Samedi 15 juillet 2...	87 Impressions
	Cette publication n'a pas de te...	Boost indisponible	...	Samedi 15 juillet 2...	94 Impressions
	Cette publication n'a pas de texte	Booster	...	Samedi 15 juillet 1...	54 Impressions
	Cette publication n'a pas de texte	Booster	...	Samedi 15 juillet 17...	80 Impressions
	Souper léger d'avant-show! Idéalement L...	Booster	...	Samedi 15 juillet 17...	79 Impressions

Reney Ray le 25 août : 5 publications et 15 Stories

dans le cadre du concert de @martindeschampsmusique

<https://www.instagram.com/reel/CwYgW5IqTiR/?fbclid=IwAR2I4NtMtwapx50rB5zhycYUtcQlCGTGOvXU7N8mPF0HDHTGU69Nej9vBY>

<https://www.instagram.com/reel/CwXnQZPgxxx/?fbclid=IwAR0m9r8-FCc0ZTj5IdzisekIS7jPXVtnoaa946N6zj34y2RQWBzWMvk-7Xk>

https://www.instagram.com/reel/CwZBK_4MJYW/?fbclid=IwAR3-ZeUruWhJk6EbeZlbVoa1-pzPJKO_sXlqq9lyNeuCd7WhrsrC2WSqIU

(publication le 24 août (de l'APCM) pour annoncer le takeover)

Titre		Impressions	Couverture	Commentaires	Réactions/Mentions...
	@reneyray En nomination dans 3 c...	706 Impressions	535 Comptes de l'Espace ...	0 Commentaires	25 Réactions/Mentions J
	Bohemian Rhapsody - version *Mosh Pit ...	531 Impressions	456 Comptes de l'Espace ...	0 Commentaires	23 Réactions/Mentions J
	@reneyray @martindeschampsmusique	502 Impressions	461 Comptes de l'Espace ...	1 Commentaires	15 Réactions/Mentions J
	@reneyray @martindeschampsmusique	273 Impressions	251 Comptes de l'Espace ...	0 Commentaires	5 Réactions/Mentions J
	@reneyray @martindeschampsmusique ...	260 Impressions	237 Comptes de l'Espace ...	0 Commentaires	9 Réactions/Mentions J
	Reney Ray En nomination dans 3 ca...	141 Impressions	131 Comptes de l'Espace ...	0 Commentaires	1 Réactions/Mentions J

STORIES

mentionnant le terme “Trille Or”

avant l'événement, 16 mai au 6 septembre : plus de 200 Stories

PENDANT L'ÉVÉNEMENT 7 au 10 septembre

7 sept. : 23 Stories

8 sept. : 24 Stories

9 sept. : 27 Stories

10 sept. : 10 Stories



Listes de lecture

Deux listes de lecture ont été conçues pour faire la promotion des Trille Or et des ses artistes en nomination en 2023. Elles sont disponibles sur le profil Spotify de l'APCM (apcmmusique).

Trille Or: La liste officielle reprend notre tradition de mettre en valeur des chansons ayant contribué à la nomination des artistes dans une ou plusieurs catégories. La liste de lecture de 27 oeuvres a été montée par les soins de David Robquin (APCM Distribution). Elle est intégrée depuis sa création sur le bas de page fixe du www.trilleor.ca et a été partagée sur les réseaux sociaux le 9 juin. Nous avons également fait la promotion de cette liste de lecture dans le Fil de nouvelles dans les mois précédant les Trille Or.

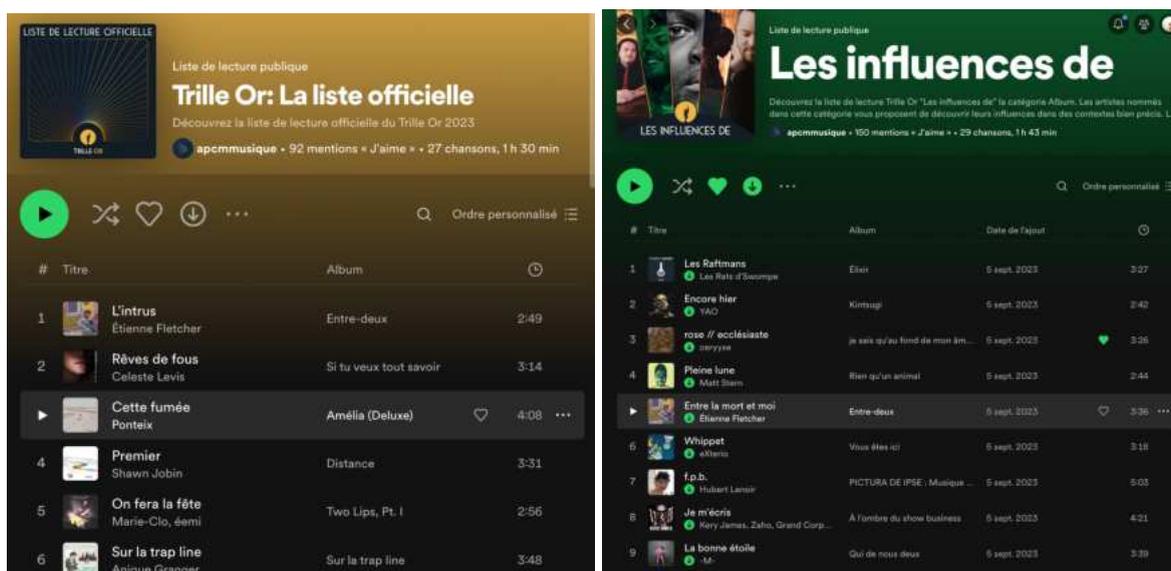
Lien vers la liste de lecture:

<https://open.spotify.com/playlist/7mFctI35VJzf21NthD1IbS?si=9865f98cb9354c6d>

L'autre liste de lecture publique, *Les influences de*, a quant à elle été créée pour promouvoir la catégorie Album. Elle compile 29 chansons en français qui sont des inspirations pour les cinq artistes et groupes en lice pour ce prix. Nous avons fait la promotion de cette liste de lecture sur les réseaux sociaux le samedi 9 septembre, jour du gala et de la remise du prix Album, afin de profiter de l'effervescence suscitée en plein événement. La liste de lecture *Les influences de* est toujours disponible sur le Linktree de l'APCM, associé au profil Instagram.

Lien vers la liste de lecture:

<https://open.spotify.com/playlist/66nxiQrFPi4Lgc9j102iEv?si=c97a0f41e59843e0>



Baladodiffusion

Un projet de baladodiffusion est né cette année à Trille Or, mettant en vedette des artistes en nomination à cette 12e édition. Produite par Culture Cible et l'APCM, réalisée par les animateurs Louis-Philippe Labrèche (Le Canal auditif) et Marc-André Mongrain (Sors-tu), *D'une francophonie à l'autre* fait une incursion privilégiée dans la vie de ces auteur.e.s-compositeur.trices-interprètes qui jonglent à leur manière avec le fait de créer en français dans une région minoritaire.

Sortie le 30 novembre 2023, la série de sept épisodes a été enregistrée avant et pendant l'événement Trille Or qui a rassemblé du 7 au 9 septembre à Ottawa une bonne partie des artistes nommé.e.s. Les journalistes culturels assignés au projet ont profité de cette occasion en personne pour terminer certaines entrevues à l'issue des remises de prix. Eux qui pendant l'été ont voyagé d'un bout à l'autre du pays pour commencer l'enregistrement des *podcasts* et donner à leur contenu un point de vue exclusif, au cœur de la réalité des artistes en vedette.

Liens vers les balados:

<https://open.spotify.com/show/6UeCICHs4KM3fh5HKkTS1Z?si=1458075fdf3a4e05>

<https://soundcloud.com/culturecible/sets/dune-francophonie-a-lautre>

Partenariats et Diffusion en direct du Gala Trille Or

Les partenaires principaux de Trille Or 2023 (hormis les bailleurs de fonds) se sont précisés une fois que l'APCM a décidé de radiodiffuser le Gala Trille Or du 9 septembre plutôt que de le télédiffuser. Un choix qui en a surpris plusieurs, surtout motivé pour des raisons budgétaires, mais qui s'est avéré avantageux pour notre organisme, notamment sur les plans logistiques et communautaires. En effet, cette direction a accordé plus de temps et de moyens à l'équipe pour déployer une stratégie de contenu substantielle sur les réseaux sociaux, et a servi de levier pour attirer un maximum de personnes à l'événement en réaction à la baisse de fréquentation des salles de spectacles. Utiliser un médium traditionnel comme la radio était également une façon de rappeler son importance dans notre industrie. Ultimement, devant le caractère exclusif de l'événement qui n'allait pas être transmis sur petits écrans, les artistes, travailleurs.euses culturel.le.s et médias n'avaient pas d'autre choix : il fallait être là pour ne rien manquer.

Sur le papier la stratégie de diffusion était simple: inciter le maximum de radios à diffuser le gala Trille Or en direct, en enlevant toute notion d'exclusivité dans les partenariats. L'APCM a donc sollicité différents acteurs oeuvrant dans la diffusion radiophonique afin d'établir des partenariats. À commencer par les regroupements de radio communautaires (MICRO en Ontario et ARCOT Ouest et Nord Canadien), Radio-Canada (Ontario, chaînes locales et ICI Musique) et Sirius XM. L'idée était d'avoir à la fois des radiodiffuseurs communautaires, public et satellitaire.

Malheureusement dans les faits, la mise en place de cette stratégie s'est avérée plus compliquée que prévu.

Malgré un engagement ferme de toutes les radios communautaires membres des réseaux MICRO et ARCOT, ce qui représentait 12 stations de radios au total, seul 3 d'entre elles ont procédé à la diffusion en direct. La raison invoquée suite à ce volte-face, est le fait que Trille Or avait lieu un samedi, personne ne s'en était vraiment rendu compte lors de l'engagement, et qu'au final il n'y avait pas de personnel dans les radios pour effectuer la manipulation technique de diffuser le gala.(À noter que la grande majorité des radios communautaires sont opérées par des bénévoles).

En ce qui concerne Radio-Canada, malgré de multiples approches et propositions de partenariats, l'APCM a reçu un non catégorique pour la diffusion du gala Trille Or sur leurs ondes. Aucune explication rationnelle n'a été livrée à l'APCM quant à ce refus, hormis le fait que Radio-Canada préférait diffuser son propre contenu.

Enfin pour Sirius XM, bien que commanditaire principal de l'événement et présentateur officiel des Trille Or, un oubli de communication en interne n'a pas permis la diffusion du Gala en direct sur l'une de leur chaîne.

L'aspect diffusion, en toute transparence, fut un échec en bout de ligne. L'APCM a appris de ce processus et sera encore plus vigilant dans les années à venir, si d'aventure nous venions à redéployer une stratégie de diffusion orientée vers les radios.

L'APCM a pu se procurer les statistiques d'écoutes d'Unique FM, qui fut finalement le diffuseur principal du gala Trille Or:

- Émission spéciale Tapis Rouge (18h00 à 20h00): sur les deux heures une moyenne de 402 auditeurs aux quarts d'heure. Pour un total cumulatif d'environ 1028 connections uniques (à +/- 10% près)
- Gala Trille Or (20h00 - 22h00): sur les deux heures une moyenne de 448 auditeurs aux quarts d'heure. Pour un total cumulatif d'environ 1263 connections uniques (à +/- 10% près)

La station Unique FM est satisfaite de cette côte d'écoute, puisque cela représente une augmentation de 22% par rapport à leur côte d'écoute habituelle.

MICRO: Outre l'engagement de diffuser le gala à travers ses 5 membres, le partenariat avec MICRO comprenait également la diffusion de spots publicitaires incitant à suivre le gala sur les ondes de leur radio communautaire, et enfin que tous les projets (30) en nomination soient passés en entrevue par l'une des radio membre de MICRO. Ce qui fut fait entre juin et septembre 2023.

ARCOT: L'ARCOT quant à elle, dans le cadre de nos discussions, s'est engagée à produire 2 émissions spéciales Trille Or, mettant en valeur les projets des artistes de l'Ouest canadien. Une fois produites les 2 émissions furent diffusées sur les 9 chaînes radios des membres de l'ARCOT.

Lien vers le Fil Musical:

<https://www.dropbox.com/scl/fo/1lvo79bycdyslor0tjdjg/h?rlkey=aoj49rk1hcllmnz5d9ll6xdh7&dl=0>

UNIQUE FM: L'APCM a eu l'opportunité de créer un très beau partenariat avec la chaîne de radio Unique FM. En contrepartie d'être le présentateur officiel du Tapis Rouge du Gala, Unique FM s'est engagé à mettre à disposition 3 animateurs.animatrices pour animer les 2 soirées de remises de prix en amont du gala Trille Or. De plus, Unique FM a fourni à L'APCM une ressource technique afin de pouvoir transmettre le lien de diffusion du Gala Trille Or aux autres radios participantes.

La radio communautaire d'Ottawa a aussi généré de l'animation sur le tapis rouge en tenant un kiosque d'entrevues à côté du tapis rouge.

Enfin les différents animateurs et animatrices de la radio se sont donné.es comme mission d'interviewer l'entièreté des projets en nomination en amont et pendant l'événement.

Lien vers l'enregistrement du Gala Trille Or:

<https://www.dropbox.com/scl/fo/ljeet184cw8371oyq13sd/h?rlkey=3gyqfmwknxouyz5rgauosltsj&dl=0>

Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens

L'hymne franco-ontarien « Notre Place » a été intronisé au Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens dans le cadre du 12e Gala Trille Or. L'intronisation a été annoncée par le Panthéon en août 2023, mais la remise officielle de cette distinction a été introduite le 9 septembre par une interprétation de Mehdi Cayenne.

C'est un partenariat symbolique pour Trille Or qui permet surtout d'ajouter du prestige à l'événement, et d'aller chercher un autre type de public pour le spectacle et dans les communications autour de l'intronisation.

Le 28 août, nous avons annoncé notre partenariat avec le Panthéon en partageant le lien du communiqué de presse sur Facebook ainsi qu'une Story avec lien (vers le site du partenaire) sur Instagram.

Nous avons ensuite informé le public de l'intronisation dans le communiqué de dévoilement des lauréat.e.s du samedi 9 septembre, en plus d'importer un court article avec photos de la performance sur le www.apcm.ca.

[<https://www.apcm.ca/communications-et-actualites/intronisation-de-notre-place>]



Notre Place – L'emblématique hymne franco-ontarien de François Dubé et Paul Demers intronisé au Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens le 9 septembre lors du Gala Trille Or 2023

Newsletters du PACC, Communiqués de presse

Montréal, août 2023 – Notre Place, du compositeur **François Dubé** et de l'auteur **Paul Demers** (1989) intronisé au **Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens** lors de la 12^{ème} édition du **Gala Trille Or** le 9 septembre prochain à Ottawa.

Communiqué de presse, Annonce - 9 septembre 2023

« Notre Place » intronisé pendant Trille Or

Ottawa, septembre 2023 – L'hymne franco-ontarien « Notre Place » a été intronisé au Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens le samedi 9 septembre 2023 dans le cadre du [12e Gala Trille Or](#).

La foule s'est jointe à l'interprétation sentie de Mehdi Cayenne avant que Robert Paquette, co-interprète de l'œuvre originale, monte sur scène pour remettre les plaques honorifiques à François Dubé (compositeur) et à Sylvie Chailfoux-Demers, veuve de Paul Demers (auteur).



[Lire le communiqué](#)

SONGS FROM THE SHED (rue Sparks x CIMO)

Une fois notre partenariat établi avec la Coalition de l'industrie de la musique d'Ottawa, l'artiste, animatrice et coordonnatrice Jessy Lindsay a contacté l'APCM pour collaborer, invitant des artistes en nomination Trille Or à performer en plein quartier culturel ottavien. Prévu à l'horaire officiel du Volet professionnel Trille Or le 7 septembre, cette édition des dîners musicaux Songs from the Shed mettant en vedette Reney Ray et Shawn Jobin a attiré au coeur de la rue Sparks une partie de la délégation ainsi qu'un public curieux.



Campagne d'affichage

Compte tenu du fait que les soirées Célébrations Trille Or des 7 et 8 septembre étaient sur invitation seulement (et diffusées en direct sur TWITCH), nous avons concentré nos efforts promotionnels de masse sur le Gala du 9 septembre.

Quelques semaines avant l'événement, une fois la programmation officielle du spectacle confirmée et la billetterie en ligne du Centre national des Arts ouverte, nous avons fait affaire avec Diffusart Media pour une campagne d'affichage de trois semaines (à partir du 21 août). L'entreprise partenaire a imprimé 650 affiches de différents formats pour les installer dans une série d'endroits clés à Ottawa : à proximité du CNA et des autres lieux culturels visités par des francophones et francophiles comme la colline parlementaire et le ByWard Market.

La publicité conçue était minimale, arborant la signature graphique de Trille Or 2023 avec la date, le lieu et un grand code QR menant directement à la billetterie de l'événement (sur le site web du CNA).

Diffusart s'est également occupé d'imprimer le seul support physique de tout Trille Or 2023 (à part les cocardes), c'est-à-dire le programme du Gala du 9 septembre. Simple carte recto-verso, le programme était remis aux spectateurs et spectatrices présent.e.s au Théâtre Babs Asper pour cette prestigieuse soirée. L'objectif était de renseigner l'assistance de l'horaire, des artistes en spectacle, des prix remis et des précieux partenaires qui ont rendu possible cette 12e édition.



Publicités radio

L'APCM a fait la promotion du Gala Trille Or sur les ondes des 5 radios communautaires franco-ontariennes membres du MICRO. Dans le cadre de ce partenariat médiatique, le MICRO a enregistré les messages publicitaires de 15 et 30 secondes écrits à l'interne par l'APCM. Les publicités invitant le grand public à acheter des billets (à Ottawa) ou à syntoniser le poste de leur radio communautaire pour écouter le Gala en direct (ailleurs en Ontario) ont pu être entendues pendant trois à quatre semaines avant l'événement.

Lien vers les Affidavits de passage en radio des publicités:

<https://www.dropbox.com/scl/fo/jpiwq7nu84x5essbrn8bm/h?rlkey=jrb3p97dhiiegkdbj0zzeisiw&dl=0>