

Montréal, le 8 décembre 2010

Les Quartiers culturels à Montréal

Objet : Intervention de l'APLAS concernant la consultation sur les quartiers culturels

D'entrée de jeu, nous devons affirmer qu'un quartier culturel ne peut véritablement exister ou se développer sans l'apport essentiel des petits lieux d'art et de spectacles (PLAS). Chaque PLAS contribue de façon majeure à la vitalité culturelle de son environnement immédiat et dans le développement de notre vision collective sur la question des quartiers culturels, nous nous devons de considérer le rôle central qu'occupe ces joueurs dans la diffusion des artistes issus de la relève et des pratiques émergentes.

Au cours des dernières années, d'importants mouvements de concertation pour la relève et les pratiques émergentes ont vu le jour et ont mené à la rédaction de deux rapports et de prises de position sur les PLAS. Ces rapports identifient de façon globale et aussi de façon pointue, les problématiques touchant la relève et aussi les besoins sectoriels pour chaque milieu. D'emblée, nous pouvons affirmer que nos préoccupations vont directement dans le sens des priorités établies de façon consensuelle par les artistes et par les intervenants du milieu.

Rapport du Comité Création et diffusion du Forum jeunesse de l'île de Montréal et du Conseil des arts de Montréal intitulé « Le milieu culturel fait-il suffisamment de place à la relève », novembre 2007.

Parlons tout d'abord de l'extrait du rapport du Comité Création et diffusion qui évoquait la principale priorité en musique :

(5.6. Musique | 5.6.1. Les petits lieux de spectacle)

En musique, une industrie parallèle importante existe pour une grande part dans les petits lieux d'art et de spectacles. Ces lieux contribuent certainement au développement des nouveaux talents. Depuis toujours, les bars, cafés, bistros culturels et petites salles jouent un rôle déterminant dans l'éclosion des nouvelles carrières artistiques au Québec. Ce sont souvent des producteurs de spectacles à plein titre, ayant une nature spécifique et singulière. Les petits lieux, tout comme les artistes qui s'y produisent, sont en général, peu reconnus pour leurs activités de programmation originale et leur rôle moteur dans la vie culturelle d'une ville, d'une région.

D'ailleurs, notre regroupement, l'APLAS (Association des petits lieux d'art et de spectacles) représente ces lieux aux profils multiples : entreprises privées, structures coopératives et organismes à but non lucratif. Il est devenu primordial de cerner le profil et les conditions d'existence de ces petits lieux comme diffuseurs culturels. Il faut connaître les conditions de travail qui y prévalent et le rôle qu'ils jouent dans l'offre culturelle et le développement de compétences sectorielles, et ce, tant chez les musiciens, que globalement, pour l'industrie du disque et du spectacle. Les réalités de la scène des musiques vivant dans les petits lieux doivent être prises en compte. Une concertation professionnelle sectorielle, des mesures d'aide financière et de soutien à l'emploi, ainsi que des leviers de développement culturel sont des éléments structurants à mettre en place autour de ces acteurs passionnés. Bref, il faut consolider ces intervenants de première ligne dans un réseau et apporter de l'aide financière afin de soutenir une programmation novatrice et originale.

Le même rapport soulignait également l'importance de ces lieux dans la diffusion des premières oeuvres des artistes de la relève à Montréal :

3.4. La diffusion des premières oeuvres à Montréal

Il existe, il est vrai, de petites salles de spectacles ou d'expositions, mais elles éprouvent des difficultés à se faire reconnaître ou à être financées correctement. Pourtant, ces lieux sont essentiels au développement de carrière des artistes débutants. Certains ont comme mission de base non pas d'être rentables ou de procurer un rayonnement international, mais plutôt d'offrir un lieu de diffusion pour l'émergence. Ces lieux servent souvent à la présentation des premières oeuvres d'artistes, mais ils possèdent peu de moyens pour faire du développement de public. Une reconnaissance et un soutien accru de ces lieux seraient donc essentiels pour préserver une certaine écologie du milieu.

Pour conclure l'évocation des points du rapport Comité Création et diffusion pour lesquels un rappel nous semble essentiel, nous attirons votre attention sur une des recommandations :

4.2. Recommandations

4.2.1. L'enjeu du financement

- Soutenir davantage les petits lieux de spectacles qui jouent un rôle capital au début de la carrière des artistes professionnels.

4.2.2. L'enjeu du partage

- Répertoire les lieux de création potentiels et favoriser leur accès à la relève

Rapport du Comité relève et pratiques émergentes de Culture Montréal, juin 2007.

Dans le même esprit, le rapport de Culture Montréal émettait les recommandations suivantes à propos des petits lieux d'art et de spectacles :

4.1.2 Recommandations concernant l'accès aux infrastructures

- Réviser la liste des lieux de diffusion reconnus par les organismes subventionneurs pour y inclure les petits lieux d'art et de spectacle et les divers lieux atypiques.
- Investir dans la mise à niveau des lieux de création et de diffusion pour les rendre sécuritaires et conformes aux lois de la CSST.

Forum jeunesse de l'île de Montréal

Tout récemment, le Forum jeunesse de l'île de Montréal publiait ses priorités jeunesse 2010-2015. Le document, intitulé, *Le Montréal de ma génération en action*, comprend des énoncés qui concernent les lieux de diffusion.

Les conditions de création et de diffusion artistiques répondent aux besoins des artistes de la relève.

- Assurer l'accès à des lieux de diffusion et de création abordables, adéquats et de qualité.

Les pratiques émergentes et les nouvelles formes de diffusion artistique sont reconnues et encouragées.

- Créer des espaces de promotion des pratiques émergentes.
- Adapter les formes de soutien et les lieux de diffusion et de création à la réalité des pratiques émergentes.

De plus, dans son mémoire déposé dans le cadre de la consultation publique sur la Charte montréalaise des droits et des responsabilités, le FJIM propose l'ajout de l'article suivant :

- Favoriser et soutenir des lieux de diffusion et de création abordables et adaptés aux besoins diversifiés des artistes.

Il est clair que les orientations du FJIM en culture témoignent de la nécessité de soutenir les petits lieux de diffusion.

Partenariat du Quartier des spectacles

Priorités de réalisation - Plan d'affaires actualisé 2009-2012

La préservation des lieux de création et **des lieux alternatifs** de diffusion que compte le Quartier des spectacles.

Soutenir les PLAS dans leur mission

Afin de mieux soutenir les PLAS dans leur rôle et dans leur mission de développement culturel, nous nous devons de mettre en place des mesures concrètes qui touchent aux éléments suivants :

1) Mesures d'accès à la propriété, réglementation municipale et mesures fiscales

La grande majorité des PLAS ne sont pas propriétaires de leur bâtiment et ont des baux commerciaux d'une durée de 5 ans. Cette situation les rend totalement vulnérables. Le développement immobilier des grandes artères commerciales et dans le Quartier des spectacles constitue une menace réelle pour le maintien des PLAS dans leurs locaux. Dans les dernières années, plusieurs ont fait les frais de ce type de développement et ont dû fermer leur porte. Rares sont les cas où la relocalisation a été possible.

Il est primordial, afin de favoriser le maintien de ces lieux dans leur communauté, de travailler à la mise en place de mesures d'accès à la propriété qui permettront aux PLAS d'acquérir leur bâtiment. Malgré le fait que ces mesures sont conditionnelles à la volonté de vendre des propriétaires et qu'il y a un nombre restreint de gestionnaires de lieux qui ont exprimé leur volonté d'achat, il importe néanmoins de mettre en place ces mesures pour assurer la pérennité des PLAS dans leur arrondissement respectif. Nous ne sommes pas les mieux placés pour dire ce que la Ville peut faire en ce sens, mais nous croyons qu'il y a sûrement une solution et que la Ville doit en faire partie.

Règlementation municipale

La conversion d'immeubles commerciaux en immeubles résidentiels pose aussi problème. Plusieurs PLAS ont vu leur environnement immédiat se transformer radicalement, ce qui a eu comme effet que certains lieux ont vu doublé le nombre de plaintes concernant le bruit. Ces conversions semblent se faire au détriment des PLAS qui ont déjà pignon sur rue. Sans restreindre la liberté des propriétaires concernant la conversion de leur bâtiment, il faut absolument s'assurer que celles-ci se fassent avec un minimum d'impact sur les PLAS à proximité. Il y aurait peut-être lieu de modifier la réglementation municipale entourant la conversion d'immeubles afin de limiter les impacts négatifs en obligeant, notamment, les propriétaires à investir des montants d'argent pour mieux insonoriser leur bâtiment advenant une conversion d'un immeuble commercial en immeuble résidentiel.

Mesures fiscales

Pour terminer, des mesures pour alléger le fardeau fiscal pourraient venir compléter le tableau des mesures à adopter pour soutenir les PLAS. Par exemple, le programme *Aide financière aux OBNL locataires dans des immeubles non résidentiels imposables, oeuvrant dans les domaines de l'art et de la culture, du développement social et communautaire ou du sport et des loisirs* pourrait aussi s'étendre aux coopératives et aux entreprises privées. À Montréal, un seul PLAS est constitué en OBNL, les autres sont des coopératives ou des entreprises privées. Indépendamment de leur modèle d'affaires, ces PLAS contribuent à l'essor des artistes locaux et méritent amplement le même type de soutien qu'un OBNL. Il faut, dans ce cas précis, tenir compte du contenu (musique émergente et originale) et non du contenant (coopératives et entreprises

privées). Des modifications doivent être apportées au programme pour lui permettre de desservir cette clientèle.

2) Soutien à la programmation et à la promotion des activités culturelles au sein des PLAS

Compte tenu de la situation financière des PLAS, il est très important que la Ville de Montréal soutienne financièrement les activités culturelles présentées dans ce réseau, même si cela doit être fait à petite échelle. De la même façon qu'elle finance les petits festivals et les événements, celle-ci doit trouver une façon de soutenir des lieux qui proposent des spectacles à l'année. La mise en place d'un programme spécialement dédié aux PLAS est incontournable si nous voulons atteindre cet objectif.

À Montréal, les PLAS présentent plus de 5000 spectacles annuellement. Chaque PLAS présente en moyenne entre deux cents et deux cent cinquante spectacles par année. Encore une fois, les programmes de la Ville ne soutiennent que les OBNL. Dans la même ligne de pensée que pour le point précédent, il faut trouver une façon de les soutenir, et ce, indépendamment de leur modèle d'affaires.

Soutien à la programmation d'activités culturelles

Prenons comme exemple le programme Première Ovation à Québec. *La mesure Première Ovation, implantée en 2008 par la Ville de Québec, vise à soutenir les débuts artistiques des jeunes talents en leur donnant les moyens de créer, de bénéficier de l'encadrement d'artistes renommés et de vivre leur « première ovation » sur une scène de la capitale. Lors de Québec horizon culture, le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine s'est associé à la Ville de Québec pour soutenir Première Ovation par l'entremise de l'Entente de développement culturel 2009-2012. Pour répondre adéquatement aux besoins des jeunes artistes de la relève, la Ville de Québec a choisi de confier la gestion de Première Ovation à des organismes artistiques et culturels professionnels reconnus dans chacune des disciplines.*

Première Ovation offre aux diffuseurs et aux producteurs un soutien financier pour présenter des artistes de la relève. La mesure d'aide contribue par le fait même à la formation d'un réseau de diffuseurs disposés à donner une première chance aux artistes émergents. Programmer une activité portant l'étiquette Première Ovation assure le diffuseur ou le producteur d'une visibilité supplémentaire grâce à la contribution des partenaires médiatiques associés à cette mesure d'aide. Les différentes plates formes de promotion mises en place pour faire connaître Première Ovation permettent de faire connaître les artistes et les lieux de diffusion dans le but d'augmenter le taux d'assistance aux différentes prestations artistiques.

La Ville de Montréal pourrait s'inspirer de cette mesure et l'adapter pour permettre de soutenir les PLAS à Montréal.

Pour mieux évaluer la contribution financière nécessaire à ce type de soutien, nous pouvons prendre comme exemple la contribution de la Ville de Montréal envers des festivals comme Pop Montréal. En 2009, la Ville a versé 15 000 \$ de contribution financière au festival. L'édition 2009 de Pop Montréal comprenait 224 événements, dont 76 spectacles de musique. En moyenne, chaque PLAS présente 250 spectacles annuellement. La Ville devrait donc investir au minimum 600 000 \$ annuellement (15

000 \$ x 40 PLAS) pour soutenir les PLAS au même niveau que les petits festivals. Évidemment, ce ne sont pas tous les PLAS qui pourraient être soutenus dès le départ, mais cela donne une idée de ce qui devrait être fait à ce niveau.

Promotion collective

Concernant la promotion de la programmation dans les PLAS, notre association travaille déjà à la mise sur pied d'outils de promotion collective. En regroupant le pouvoir d'achat de nos membres, il sera possible d'acheter de la publicité à moindre coût pour ceux-ci. Plusieurs partenariats importants ont été confirmés ou sont sur le point de se concrétiser. Comme il s'agit de promotion collective qui touche à la programmation d'une grande quantité de PLAS à Montréal, la Ville pourrait envisager de soutenir financièrement notre association pour ce volet. Il serait donc possible de diminuer le coût global des ententes de partenariat et ainsi réduire le coût direct que les PLAS auront à défrayer pour publiciser leurs activités. Comme nous divisons le montant total de chaque entente entre chacun des participants, une contribution financière de la Ville aurait un impact significatif pour tous. N'oublions pas qu'il s'agit de promouvoir plus de 5000 spectacles par année présentés dans plus de 40 PLAS répartis sur l'ensemble du territoire montréalais.

Affichage libre

Pour poursuivre sur l'aspect promotionnel, il est important que des modules d'affichage libre soient installés en nombre suffisant dans les arrondissements. L'affichage étant encore l'outil de communication privilégié pour annoncer les spectacles de musique, les arrondissements doivent implanter un nombre suffisant de modules sur leur territoire. Les récentes décisions juridiques concernant l'affichage sur le mobilier urbain sont claires à cet effet et rappellent à la Ville le rôle qu'elle a joué en matière d'affichage libre. L'APLAS a d'ailleurs rédigé et déposé un rapport (*Quand l'affichage devient sauvage!*) qui relate les problèmes vécus par les PLAS dus au manque d'espace d'affichage libre à Montréal. Ce rapport est disponible sur notre site Internet au www.aplas.ca.

Pour obtenir un résultat concluant, les modules d'affichage libre devront être implantés à proximité des PLAS et des lieux de diffusion culturelle, des institutions d'enseignement, des entrées de métro et sur les grandes artères. C'est pour cette raison que le nombre de modules par arrondissement se doit d'être assez élevé. Comme les modules seront partagés entre le culturel, le communautaire et le commercial, une réglementation devra venir encadrer l'utilisation des modules afin que tous puissent partager harmonieusement l'espace d'affichage.

Partenariat avec les Maisons de la culture

L'offre culturelle des PLAS et des Maisons de la culture est plus complémentaire que compétitive. Les gestionnaires de PLAS connaissent très bien les nouveaux groupes de musique et un partenariat avec les Maisons de la culture pourrait être bénéfique et venir épauler les agents de développement culturel dans leur sélection de groupes musicaux.

Comme nous l'affirmons ci-haut, l'offre culturelle est plus complémentaire que compétitive. Les Maisons de la culture bénéficient d'outils promotionnels qui pourraient être mis à contribution pour promouvoir les spectacles présentés dans les PLAS. En effet, que ce soit sur le site Internet d'Accès Culture ou via le journal distribué aux

résidents des arrondissements, ces outils promotionnels pourraient servir de plateforme promotionnelle aux PLAS ou, à tout le moins, à la promotion d'une partie de leurs activités.

3) Soutien pour l'insonorisation et pour l'amélioration des équipements techniques

Avec l'avènement du projet NOISE, le milieu culturel a bien compris la vulnérabilité des PLAS à ce sujet et l'importance de travailler à bien les insonoriser afin d'éviter des plaintes de bruit répétées qui pourraient causer éventuellement leur fermeture. Afin d'aider les gestionnaires de ces lieux à mieux s'insonoriser, un PRAM spécial (Le Pr@m-Commerce est un programme de revitalisation des secteurs et des artères commerciales) pourrait être envisagé. Un projet pilote est présentement en cours avec l'arrondissement du Plateau Mont-Royal et le Divan Orange et s'il s'avère concluant, le projet pourrait être élargi aux autres lieux du Plateau et ensuite, aux autres lieux visés par la problématique.

Dans le même ordre d'idées, le Fonds des équipements culturels (FÉC) pourrait être mis à contribution. À travers ses programmes d'études et de financement (Volet 1 : soutenir les organismes culturels à réaliser des études de besoins et de faisabilité en vue d'améliorer ou de développer leurs lieux de création, de production, de diffusion ou de formation; Volet 2 : en finançant des études sectorielles par discipline artistique, selon les orientations et priorités de développement stratégique, ou d'autres études que ce soit patrimoniales, de caractérisation, d'évaluation ou encore d'opportunité), le FÉC est un outil financier important et pourrait servir de levier et venir en aide aux PLAS. Comme dans les cas précédents, les critères d'admissibilité ne favorisent malheureusement pas nos membres. Il s'agirait de modifier certains critères pour que ce programme puisse réellement répondre à nos besoins.

Dans un premier temps, une étude pour évaluer les besoins techniques des PLAS pourrait être réalisée grâce au FÉC. Nous serions à même de mieux cerner ces besoins en procédant de cette façon et nous pourrions être à même de mieux comprendre et de quantifier les investissements à réaliser pour améliorer les équipements techniques dans les PLAS.

Rappelons que les artistes de la relève font leur début sur nos scènes et doivent souvent se produire à l'aide d'équipements techniques qui sont parfois désuets ou usagés. L'amélioration des conditions techniques avec lesquelles ils se produisent influence directement l'apprentissage de leur métier et la rapidité avec laquelle ils peuvent intégrer l'industrie musicale.

Conclusion

En terminant, la Ville de Montréal possède déjà un bon nombre d'outils qui, si adaptés à la réalité et aux modèles d'affaires des PLAS, pourraient venir soutenir leur rôle et leur mission de développement culturel de façon significative. Il est plus que temps que l'on reconnaisse collectivement l'apport extraordinaire de ces lieux à notre métropole culturelle et que cette reconnaissance se concrétise de façon effective à l'aide, entre autres, de mesures de soutien financier. L'intervention que la Ville doit mener à notre égard ne peut se faire sur un seul front. Il faut agir sur plusieurs fronts à la fois pour que les actions aient un véritable effet structurant et pour pallier à la fragilité inhérente à notre secteur d'activités.

Pour parvenir à l'objectif de maintenir et développer nos quartiers culturels, il faut tenir compte de notre réalité et de nos besoins. Depuis 2007, plusieurs intervenants importants du milieu culturel ont réfléchi et ont proposé des pistes de solution pour nous venir en aide. Il y a un temps pour réfléchir, un temps pour proposer et un temps pour agir. Nous avons réfléchi et nous avons proposé. L'APLAS des petits lieux d'art et de spectacles est au coeur même de la réussite du projet des quartiers culturels. PLAS à l'action!



Sébastien Croteau
Directeur général

RAPPORT

SUR LES PETITS LIEUX D'ART ET DE SPECTACLES À MONTRÉAL



Table des matières

Cette table des matières est interactive. Pour vous rendre à la rubrique désirée, cliquez sur son énoncé.

Table des matières	2
1. Préambule	3
2. Les objectifs	3
3. Étapes de réalisation et description du rapport	4 > 6
4. Les PLAS participants	6
5. Section 1 - Coordonnées	7 > 11
6. Section 2 - Contacts	12
7. Section 3 - Forme juridique	13 > 15
8. Section 4 - Bâtiment	16 > 24
9. Section 5 - Enjeux	25 > 33
10. Section 6 - Questions ouvertes	34 > 40
11. Section 7 - Adhésion	41 > 43
12. Conclusion	44
13. Remerciements et équipe de rédaction	45

Préambule

Avec l'*Entente sur le développement culturel de Montréal 2008-2011*, la Ville de Montréal et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) et l'Association des petits lieux d'art et de spectacles (APLAS) souhaitent appuyer des actions qui renforceront la relève artistique à Montréal.

L'APLAS a présenté un plan stratégique qui permettra notamment de dresser un portrait de l'ensemble des petits lieux d'art et de spectacles (PLAS) à Montréal. La Ville et le MCCCF, partenaires de l'*Entente sur le développement culturel*, soutiennent la réalisation de ce plan, car les PLAS sont d'importants diffuseurs pour les artistes de la relève. Ils sont un maillon important de la grande chaîne culturelle, et bien souvent les premiers lieux d'expérimentation pour les jeunes artistes.

Les actions découlant du plan stratégique serviront à avoir une meilleure connaissance de ces lieux, à promouvoir la scène émergente (par la réalisation d'une carte des PLAS pour les citoyens et visiteurs) et à amorcer une collaboration nécessaire entre les partenaires.

Objectifs

Les objectifs de ce rapport sont simples...

- **Mieux connaître la situation des PLAS à Montréal ;**
- **Dégager des pistes de solutions et d'interventions pour les partenaires et notre association ;**
- **Déterminer les orientations stratégiques et les axes de développement de notre association.**

Étapes de réalisation et description

Notre rapport se base sur des rencontres individuelles et des échanges téléphoniques qui se sont déroulés entre le mois de mars et le mois de décembre 2010.

Les étapes de réalisation du rapport :

Rédaction du questionnaire

Nous avons commencé la rédaction du questionnaire au mois d'août 2009. Cette rédaction a nécessité plusieurs rencontres de la part de notre conseil d'administration afin de préciser collectivement les informations que nous désirions recueillir. Par la suite, nous avons fait parvenir un premier jet du questionnaire à nos partenaires à la fin du mois de septembre 2009.

Révision et approbation du questionnaire avec nos partenaires

Nous avons ensuite échangé avec nos partenaires et nous avons révisé le questionnaire à plusieurs reprises avant d'en arriver à présenter la proposition finale en février 2010. À cette étape, nous avons aussi réalisé un tableau Excel pour y inscrire les réponses des participants.

Implication de chercheurs de l'Université de Montréal

Afin de produire une recherche de qualité professionnelle, l'APLAS a retenu les services de deux chercheurs, Line Grenier, de l'Université de Montréal et Martin Lussier, de l'University of Western Ontario. Ces derniers ont supervisé la rédaction du questionnaire, la collecte de données et la rédaction du rapport. Le questionnaire administré dans le contexte de cette enquête est le fruit d'une consultation auprès des membres du conseil d'administration et du directeur général de l'APLAS. Ce questionnaire a permis de recueillir des données tant en ligne qu'à l'occasion de rencontres individuelles orchestrées par le directeur général de l'APLAS. L'ensemble de ces questions qui ont été posées aux responsables des salles répond aux critères d'une enquête

scientifique, et ce, à quelques rares exceptions près.

En effet, quelques questions, jugées importantes par l'APLAS ou ses bailleurs de fonds, semblaient soulever des questions éthiques qui les rendaient impropres à une telle enquête. Il s'agit plus précisément des questions concernant les infractions et autres difficultés d'ordre juridique relatives au bruit, à l'affichage et aux « autres enjeux » en lien avec la Ville de Montréal. Les réponses à ces questions sont les seules qui n'ont pas fait l'objet d'une analyse détaillée en cours de collecte des données.

Les chercheurs ont assuré la supervision de cette collecte effectuée par l'APLAS, dont le présent rapport fait état. Toutefois, les chercheurs sont les seuls responsables des données colligées au moyen du questionnaire en ligne.

Sur la base des données effectivement recueillies, les chercheurs affirment que la description qui est faite des caractéristiques des petits lieux sondés est adéquate et fondée. Ils produiront sous peu un rapport d'analyse qu'ils sont à mettre au point et qui intégrera d'ailleurs cette description. Mentionnons que l'interprétation que fait l'APLAS de certains commentaires est clairement établie dans le rapport et n'engage que l'organisme.

Échantillonnage des participants

Les PLAS sélectionnés pour l'enquête ont été choisis selon les critères établis par l'APLAS pour définir ce qu'est un petit lieu d'art et de spectacles.

Selon notre définition, un petit lieu d'art et de spectacles est un lieu physique qui accueille régulièrement des manifestations liées à la pratique artistique. Ainsi, un PLAS, quelle que soit la forme juridique de l'entreprise qui l'exploite, présente certaines caractéristiques précises et doit donc :

- avoir une capacité maximale de trois cent cinquante (350) places ;
- faire une place prioritaire à la relève, à l'innovation et à la création originale et jouer un rôle proactif dans le développement, la promotion et le soutien de celles-ci ;
- avoir une implication significative et reconnue dans son milieu ;
- œuvrer principalement dans le domaine de la musique ;
- posséder un permis de spectacle délivré par sa ville ou sa municipalité ;
- proposer une programmation sur une base régulière et offrir de façon récurrente des activités culturelles ;
- posséder des équipements de base permanents (scène, équipement sonore, éclairage, etc.) qui permettent la présentation de spectacles musicaux ou de prestations artistiques.

Sur l'ensemble des PLAS déterminés par l'APLAS à Montréal (58 au total), seuls ceux qui répondent à la majorité de ces critères ont été retenus. Sur cette base, il y a donc 34 PLAS qui ont été sélectionnés pour les besoins de l'enquête.

Planification des rencontres individuelles

À la suite de l'approbation du questionnaire par les partenaires, nous avons entrepris la planification des rencontres. Cette dernière a exigé un nombre important d'appels téléphoniques. Comme les gestionnaires de PLAS ou les directeurs artistiques n'ont pas toujours d'horaire fixe ou qu'ils sont extrêmement occupés, il a fallu effectuer entre cinq et sept appels téléphoniques par PLAS avant de pouvoir joindre quelqu'un.

Une fois le premier contact établi, nous avons dû, dans la majorité des cas, fixer un rendez-vous téléphonique puisque le gestionnaire ou le directeur artistique n'était pas disponible pour discuter de notre démarche auprès des petits lieux d'art et de spectacles.

Début des rencontres individuelles

Comme indiqué dans notre rapport à la question 66 (*Êtes-vous membres de l'APLAS ?*), 62 % des répondants n'étaient pas membres de L'APLAS. Le premier contact téléphonique a donc servi à présenter notre association et à expliquer les raisons de notre démarche. Ces entretiens ont duré en moyenne 45 minutes chacun. Cette première étape a été amorcée au début du mois d'avril 2010.

À la suite de ces entretiens téléphoniques, nous avons convenu d'une rencontre pour discuter avec les gestionnaires principaux ou les directeurs artistiques ou les programmeurs afin qu'ils répondent aux questions de l'étude. Comme les gestionnaires n'étaient pas tous disponibles, la plupart des rencontres ont été organisées avec les directeurs artistiques ou les programmeurs. Dans la plupart des cas, les répondants ne pouvaient nous rencontrer sur-le-champ. L'organisation et la planification des rencontres ont aussi été laborieuses et compliquées et se sont étalées sur plusieurs semaines. Chaque rencontre individuelle a dû être planifiée en fonction des disponibilités des répondants. Chaque entretien a duré en moyenne deux heures. Un seul entretien a dû être réalisé par téléphone..

Pour les rencontres individuelles, nous nous sommes déplacés directement dans les petits lieux d'art et de spectacles. Cette façon de faire nous a permis de voir par nous-mêmes les différents lieux et l'environnement de travail des répondants.

Ces derniers ont été à même de répondre à la plupart des questions. Par contre, comme nous avons rencontré principalement les directeurs artistiques ou les programmeurs, ceux-ci ne disposaient pas de l'ensemble des informations nécessaires pour compléter l'étude. Dans la majorité des cas, une seconde rencontre a dû être organisée avec le gestionnaire principal du PLAS. Ces rencontres ont aussi été ardues à organiser puisque les gestionnaires de PLAS disposent d'un temps très restreint. Comme pour les rencontres avec les directeurs artistiques ou les programmeurs, le tout s'est étalé sur plusieurs semaines et selon la disponibilité des gestionnaires principaux.

Même lors des rencontres individuelles avec les gestionnaires de PLAS, ceux-ci n'ont pas été en mesure de répondre sur-le-champ aux questions restantes. Certaines réponses ont nécessité une recherche de leur part. Malgré cette deuxième ronde de rencontres, nous n'avons pas eu la

possibilité de faire remplir les questionnaires dans leur intégralité.

Les réponses manquantes ont été obtenues soit par courriel, soit par un entretien téléphonique portant précisément sur ce qui restait à remplir. Comme dans les cas précédents, le tout s'est échelonné sur plusieurs semaines.

Chronologie des étapes de réalisation

- Rédaction du questionnaire (août à septembre 2009)
- Révision et approbation du questionnaire avec nos partenaires (octobre 2009 à février 2010)
- Planification des rencontres individuelles (mars 2010)
- Début des rencontres individuelles (avril à juillet 2010)
- Suivi pour la collecte de données manquantes (août à décembre 2010)
- Rédaction du rapport (décembre 2010)
- Rédaction du rapport d'analyse des chercheurs (en cours)

Description du rapport

Lors des rencontres individuelles, nous nous sommes servis d'un tableau Excel pour inscrire les réponses des participants. Pour mieux comprendre le rapport, il faut avoir recours à ce tableau. Fait important à mentionner, seuls les partenaires auront accès à ce document. Celui-ci contient beaucoup d'informations et nous préférons en limiter la diffusion.

De plus, un nombre important d'informations ont un caractère confidentiel. Nous avons préféré effacer les réponses des participants du tableau Excel. Nous avons opté plutôt pour la conception d'un graphique illustrant les données obtenues.

Le rapport se divise en sept sections principales. Chacune des sections comprend un nombre défini de questions. La majorité des questions ont un graphique correspondant. Pour faciliter la rédaction du rapport, nous avons numéroté chaque question. La numérotation des questions correspond donc à celle du tableau Excel.

Certaines données obtenues ne demandent pas nécessairement d'une explication ou d'une analyse. Nous ne trouvons donc aucun commentaire dans les sections correspondantes à ces questions. Par contre, certaines sections exigent une explication ou un commentaire. Ceux-ci se trouvent généralement avant le graphique illustrant les données recueillies. Dans certains cas, ils le précèdent. L'ordre d'apparition des commentaires correspond au numéro donné à la question.

Les PLAS participants >

Absynthe

Alizé

Aquarium Café Bar

Bain Mathieu

Balattou

Bistro de Paris

Bistro In Vivo

Bobards

Café Campus

Café Chaos

Cagibi

Casa Del Popolo

Cheval Blanc

Chez Baptiste (Masson)

Club Lambi

Coop du Mile-End

Dièse Onze

Divan Orange

L'Escalier

L'Escogriffe

Hémisphère Gauche

Il Motore

Katacombes

La Place à côté

Le Lion d'Or

Le Milieu

Les Pas Sages

Parc des princes

Pirhana bar

Pub Saint-Ciboire

Le Quai des brumes

Sala Rossa

Saphir bar danse

Le Verre Bouteille

Coordonnées

Fait important à mentionner, dans plusieurs cas, les répondants nous ont fourni un numéro de téléphone portable ou un numéro personnel où joindre l'administration. Nous avons donc choisi de ne pas inclure ces informations dans le tableau Excel correspondant à cette section. De plus, le numéro de téléphone de la salle de diffusion correspond généralement à celui qui permet de joindre le gestionnaire principal ou le directeur artistique/programmeur. Il n'y a que quelques PLAS qui possèdent deux numéros distincts. Pour ce qui concerne le numéro de télécopieur, il est à noter que très peu de PLAS y ont recours. Pour ne pas alourdir le document, nous ne l'avons tout simplement pas indiqué.

Nous avons ajouté trois éléments à cette section, soit le profil Facebook, le profil MySpace et le profil Twitter. Ces ajouts nous permettent de vérifier si les PLAS maîtrisent bien les nouvelles technologies et s'ils assurent une bonne présence sur Internet.

Les données que nous avons recueillies pour cette section dans le tableau Excel sont les suivantes :

1. **Nom du lieu**
2. **Adresse**
3. **Code postal**
4. **Arrondissement**
5. **Ville**
6. **Téléphone (salle de diffusion)**
7. **Site Internet**
8. **Courriel public**
9. **Profil Facebook**
10. **Profil MySpace**
11. **Profil Twitter**
12. **Adresse des locaux administratifs**

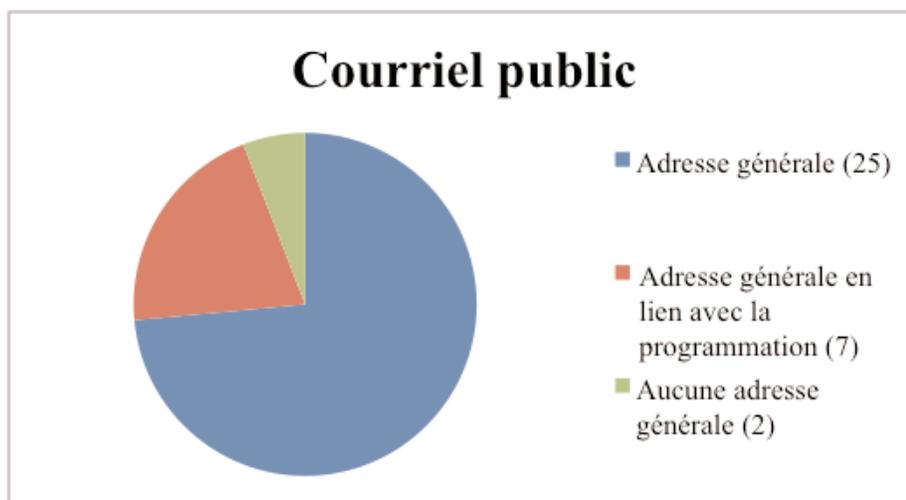
7. Site Internet

Il est à noter que la majorité (85 %, soit 29 répondants sur 34) des PLAS possèdent leur propre site Internet. Une plus petite partie (12 %, soit 4 répondants sur 34) n'a qu'un site MySpace pour se promouvoir en ligne et un seul PLAS possède un groupe Facebook comme outil principal de communication.



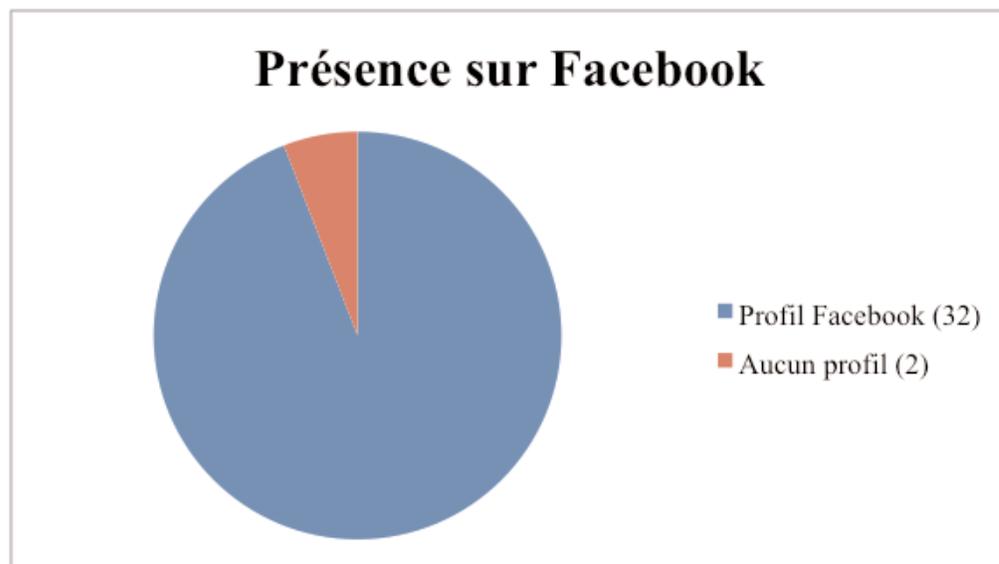
8. Courriel public

En plus d'avoir une adresse de messagerie électronique mise à la disposition des artistes ou des producteurs pour les joindre, la plupart des lieux (74 %, soit 25 répondants sur 34) possèdent une adresse distincte qui n'a pas de lien avec les activités de programmation. Une plus petite partie (21 %, soit 7 répondants sur 34) dispose seulement d'une adresse en lien avec la programmation pour communiquer et, finalement, deux PLAS (5 %, soit 2 répondants sur 34) ne possèdent aucune adresse sur leur site Internet.



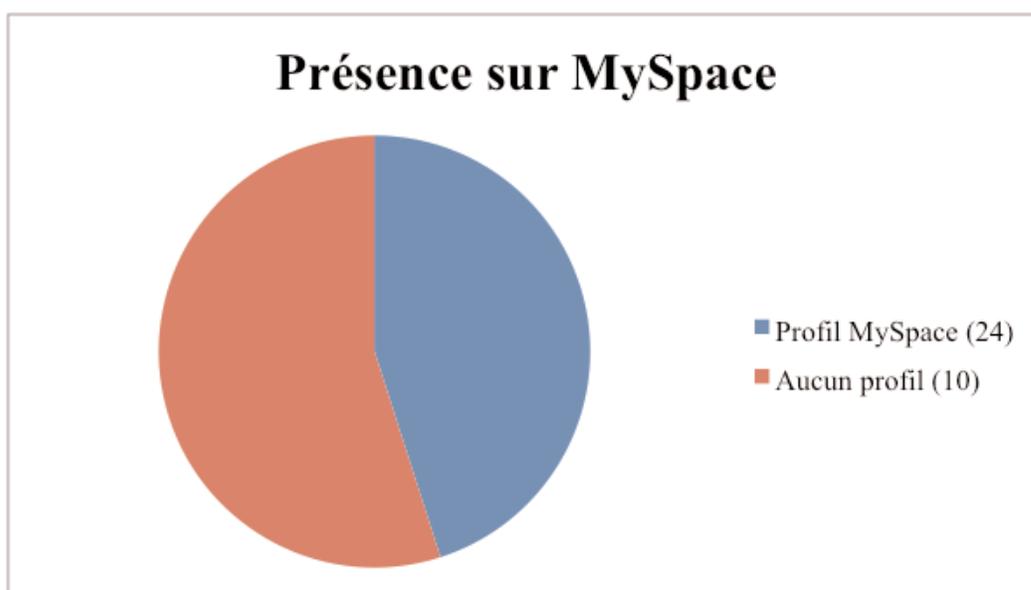
9. Profil Facebook

Les PLAS sont bien présentes sur Facebook. La presque totalité des lieux (94 %, soit 32 répondants sur 34) possède une page pour promouvoir leurs événements et seulement deux n'en ont pas.



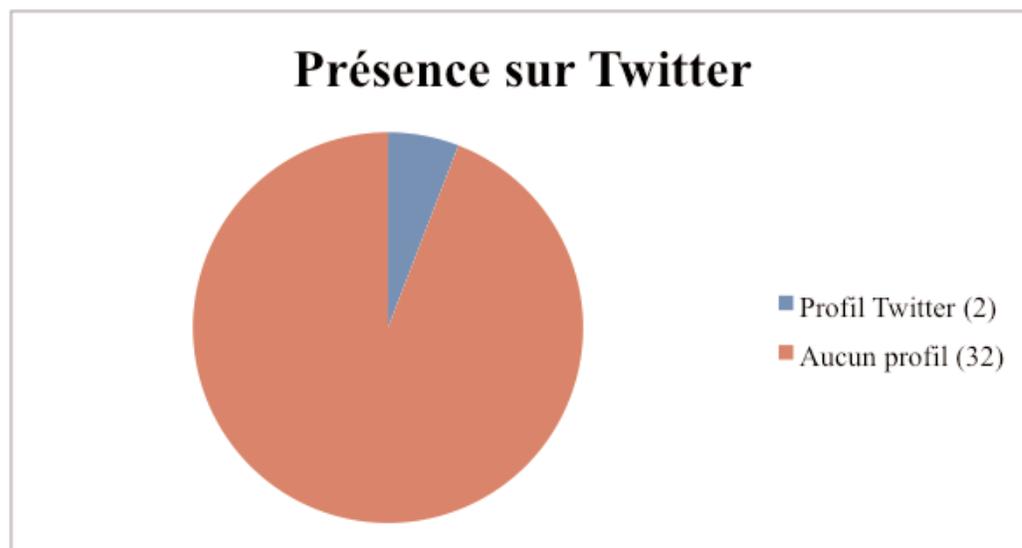
10. Profil MySpace

Un peu moins populaire que le profil Facebook, celui de MySpace est utilisé par 71 % des PLAS (24 répondants sur 34). Les autres lieux (29 %, soit 10 répondants sur 34) ne l'utilisent pas du tout.



11. Profil Twitter

Certainement l'outil le moins populaire de tous. Une infime partie des PLAS (6 %, soit 2 répondants sur 34) l'utilise.



De façon générale, les PLAS sont bien présents sur Internet. Cependant, en visitant les différents profils, nous pouvons remarquer qu'ils ne sont pas mis à jour simultanément. Les sites Internet des PLAS sont les premiers à être mis à jour, suivi de la page Facebook et de celle de MySpace.

Les responsables de la programmation doivent généralement faire cette mise à jour manuellement pour chaque outil (site Internet, Facebook, MySpace, etc.). La multiplication des plateformes de diffusion de l'information a ses avantages, mais comporte aussi ses inconvénients. Les PLAS ont davantage d'outils sur Internet pour faire la promotion de leur programmation, mais, en revanche, ils doivent passer plus de temps à maîtriser ces outils et à faire les mises à jour nécessaires à une bonne promotion. Une minorité de PLAS possède un outil de mise à jour automatique qui permet d'entrer les données à un seul endroit.

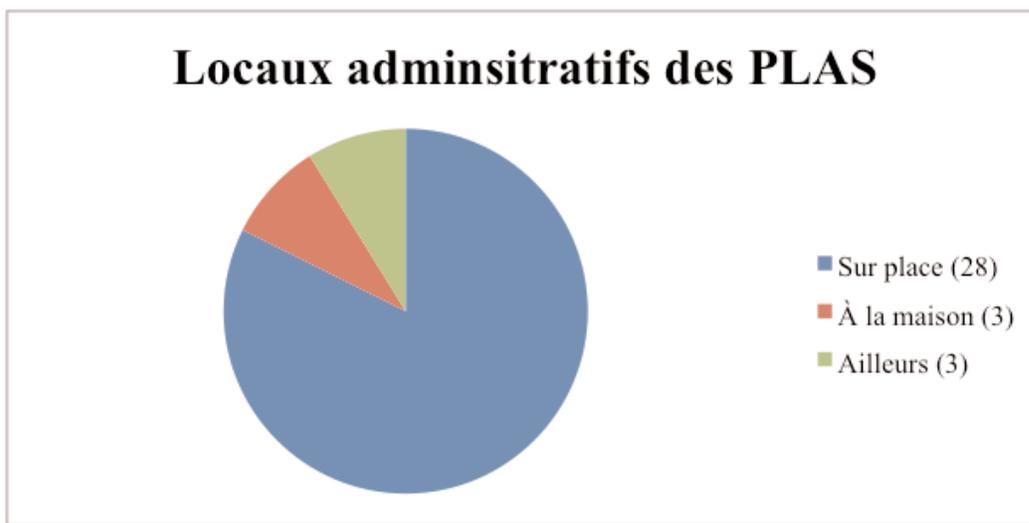
Commentaires de l'APLAS

Il nous paraît important de souligner qu'en plus des outils Internet, les PLAS doivent faire la promotion de leur programmation auprès des différents calendriers culturels. Dans la plupart des cas, ils doivent aussi entrer manuellement les données de leur programmation dans chaque calendrier. Nous avons recensé plus de 10 calendriers culturels sur l'île de Montréal.

Le temps que les responsables de la programmation doivent consacrer à la mise à jour de leurs outils Internet et de la promotion des spectacles sur calendriers culturels constitue, à la longue, une tâche imposante.

12. Adresse des locaux administratifs

En ce qui a trait aux locaux administratifs, il est à noter que la majorité (82 %, soit 28 répondants sur 34) des PLAS administrent leur entreprise sur place. Seulement un petit nombre d'entre eux (18 %, soit 6 répondants sur 34) travaillent à la maison ou à un autre endroit. C'est donc dire que la majorité des PLAS ont un local principalement dédié à l'administration.



Contacts

Comme dans la section 1, la section 2 comporte des informations que certains répondants désirent garder confidentielles.

Les données que nous avons recueillies pour cette section dans le tableau Excel sont les suivantes :

13. Gestionnaire du lieu

14. Courriel du gestionnaire du lieu

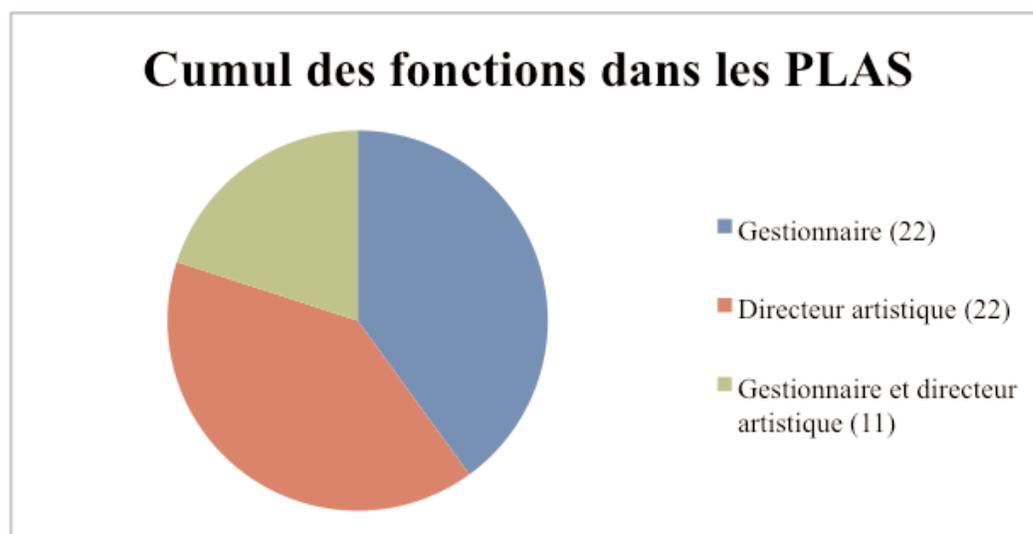
15. Directeur artistique/programmeur

16. Courriel du directeur artistique/programmeur

Commentaires

Dans cette section, il y a un constat intéressant à faire. Dans plusieurs cas, la personne qui occupe la fonction de gestionnaire et celle de directeur artistique/programmeur est la même. Ce fait explique en partie les réponses données à la question qui se retrouve à la section 6 : *Quelles sont les menaces qui pourraient nuire à votre organisation ?* Une des réponses données a été l'épuisement professionnel.

Dans ce graphique, nous pouvons remarquer qu'une partie importante des employés (32 %, soit 11 répondants sur 34) cumulent la fonction de gestionnaire principal et de directeur artistique.

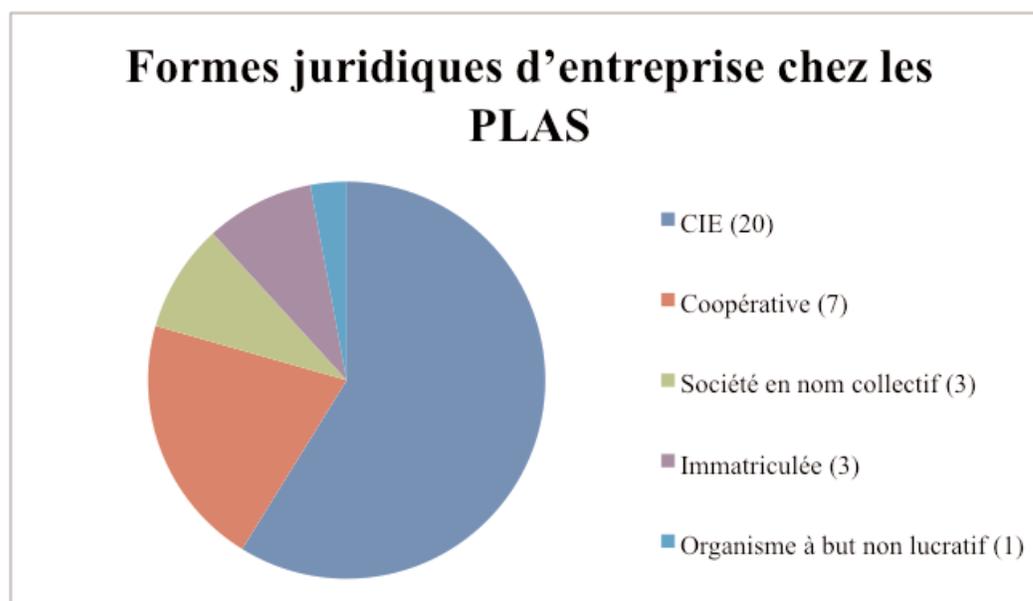


Forme juridique

Dans cette section, ne se trouvent que deux graphiques ; un pour les différents modèles d'entreprise et l'autre, pour les structures juridiques secondaires. Les données que nous avons recueillies pour cette section dans le tableau Excel sont les suivantes :

- 17. Nom usuel de l'entreprise
- 18. Nom de la raison sociale
- 19. Type de forme juridique
- 20. Année d'ouverture du lieu
- 21. Année de début de l'activité de programmation
- 22. Année d'enregistrement légal
- 23. Nom et prénom du président de l'organisation
- 24. Existence d'une structure juridique secondaire
- 25. Nom usuel de la structure juridique secondaire
- 26. Nom de la raison sociale de la structure secondaire
- 27. Type de forme juridique de la structure secondaire

Il existe une véritable pluralité des différentes formes d'entreprise chez les PLAS. Le modèle dominant est la compagnie incorporée (CIE), suivi de la coopérative de travail (COOP), de la société en nom collectif (SENC), de l'immatriculation (IM) et de l'organisme à but non lucratif (OBNL).



19. Type de forme juridique

Dans ce graphique, nous pouvons aisément distinguer une préférence réelle chez les PLAS pour une forme juridique précise : la compagnie privée (59 %, soit 20 répondants sur 34). Bien que ce modèle d'entreprises soit prisé chez les gestionnaires de PLAS, il comporte un désavantage important : le financement.

Commentaires de l'APLAS

La majorité des programmes de subventions qui pourraient venir en aide aux PLAS ne financent que les organismes à but non lucratif. Ce choix de forme juridique est donc un frein au financement des PLAS. Par contre, il est pratiquement impensable de croire que les gestionnaires de ces lieux changeront de forme juridique pour pouvoir accéder plus facilement à du financement.

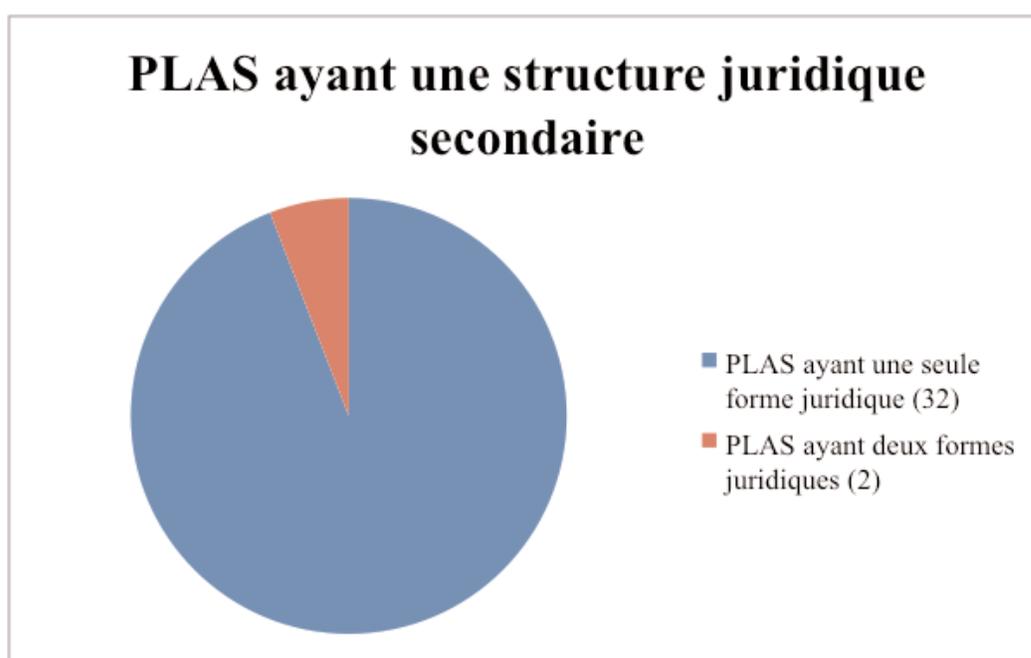
La deuxième forme juridique la plus en vogue est la coopérative de travail (21 %, soit 7 répondants sur 34). Encore que cette forme juridique jouisse d'une plus grande gamme de programmes de subventions, ces programmes sont généralement axés sur le financement de démarrage et beaucoup moins sur le financement de soutien, qui le suit.

Les deux autres formes en importance sont la société en nom collectif (9 %, soit 3 répondants sur 34) et la compagnie immatriculée (9 %, soit 3 répondants sur 34). Il n'existe qu'un seul répondant (2 %, soit 1 répondant sur 34) qui a comme forme juridique l'organisme à but non lucratif.

En tant qu'organisme représentatif du milieu, l'APLAS s'interroge. Que doit-on financer, le contenant (forme juridique) ou le contenu (programmation) ? À cela, nous répondons qu'il est plus que temps de soutenir les PLAS qui présentent un contenu musical lié à la relève et aux pratiques émergentes que le contenant dans lequel ils sont présentés.

24. Existence d'une structure juridique secondaire

Il n'existe que deux PLAS (6 %, soit 2 répondants sur 34) ayant une structure juridique secondaire. Dans les deux cas, une des deux structures sert au financement d'un festival et l'autre, aux activités de restauration du lieu. La multiplication des formes juridiques d'entreprise est donc chose rare chez les PLAS. Les structures secondaires nécessitent une capacité de gestion accrue et un nombre d'employés important. Les deux éléments font trop souvent défaut aux PLAS qui souhaiteraient se doter d'une structure secondaire.



Bâtiment

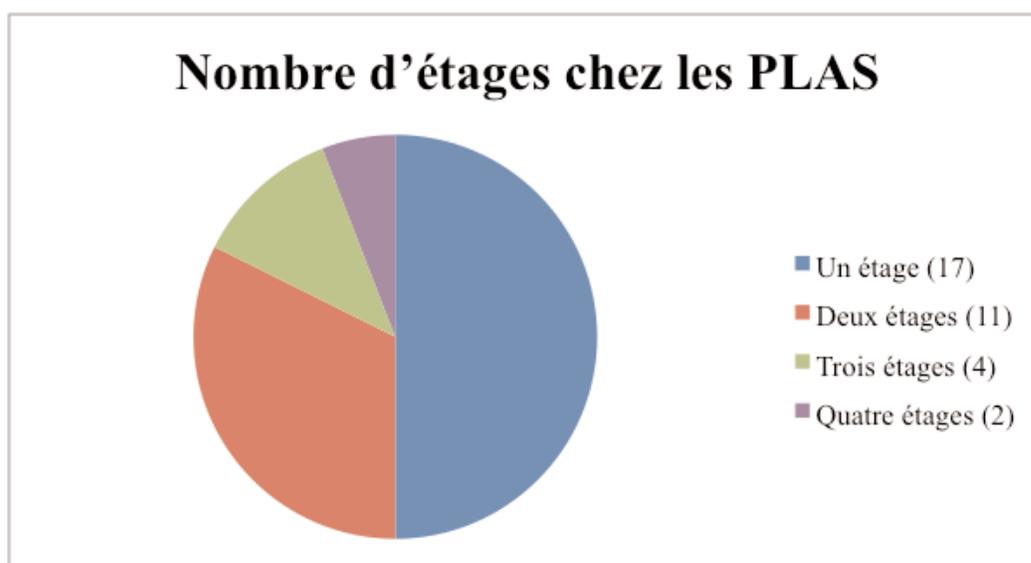
Les données que nous avons recueillies sont les suivantes :

28. Nombre d'étages
29. Capacité légale du lieu
30. Places assises dans le lieu
31. Places debout dans le lieu
32. Capacité légale de la salle de diffusion
33. Places assises dans la salle de diffusion
34. Places debout dans la salle de diffusion
35. Superficie totale du lieu
36. Superficie totale de la salle de diffusion
37. Superficie totale de la scène
38. Est-ce pour les 18 ans et plus ? (oui/non)
39. Quand il n'y a pas de spectacle, est-ce que la salle est fermée? (oui/non)
40. Quand il n'y a pas de spectacle, est-ce qu'il y a une activité de bar ou de discothèque ? (oui/non)
41. Où est le bar dans le lieu de diffusion ?
42. Êtes-vous propriétaire ou locataire du bâtiment ?
43. Quelle est la durée du bail ?
44. Quelle est la date de fin du bail ?
45. Est-ce que le bâtiment est à vendre ?
46. Y a-t-il des menaces de non-renouvellement ?

28. Nombre d'étages

Il est important de mentionner que, dans le calcul des étages, les locaux administratifs (souvent situés au-dessus de la salle principale) et les endroits de stockage des marchandises ou les loges (endroits souvent situés en dessous de la salle principale) ont été inclus.

Nous pouvons affirmer que 50 % des PLAS (17 répondants sur 34) ont un seul étage, 32 % des PLAS (11 répondants sur 34) ont deux étages, 12 % des PLAS (4 répondants sur 34) ont trois étages et 6 % des PLAS (2 répondants sur 34) ont quatre étages.



29. Capacité légale du lieu

Dans le calcul de la capacité légale des lieux, nous avons inclus la capacité des terrasses. Nous avons pris la peine de les inscrire séparément dans le tableau Excel.

À Montréal, les PLAS (qui ont participé à ce rapport) ont une capacité totale de 7077 personnes.

30. Places assises du lieu

31. Places debout du lieu

La majorité des permis d'alcool des PLAS ne précisent pas cette caractéristique des places assises ou des places debout. De plus, selon qu'il s'agit d'une soirée ordinaire ou d'une soirée de spectacles, le nombre de places (assises ou debout) varie en fonction du nombre de personnes présentes, de la configuration souhaitée par le producteur ou du type de musique. Ces données varient trop pour que nous puissions avoir une idée précise. Nous avons donc enlevé cette partie dans le tableau Excel.

32. Capacité légale de la salle de diffusion

À Montréal, les PLAS (qui ont participé à ce rapport) ont une capacité totale de 5785 personnes.

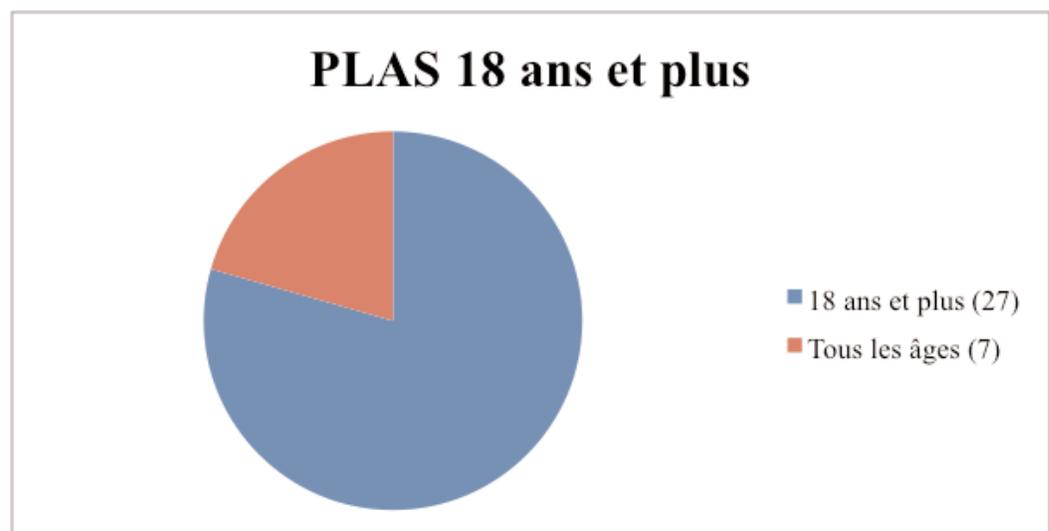
33. Places assises de la salle de diffusion

34. Places debout de la salle de diffusion

Même chose pour les questions **30** et **31**. Il y a trop de facteurs qui varient pour que nous puissions avoir une idée précise. Nous avons donc enlevé aussi cette partie dans le tableau Excel.

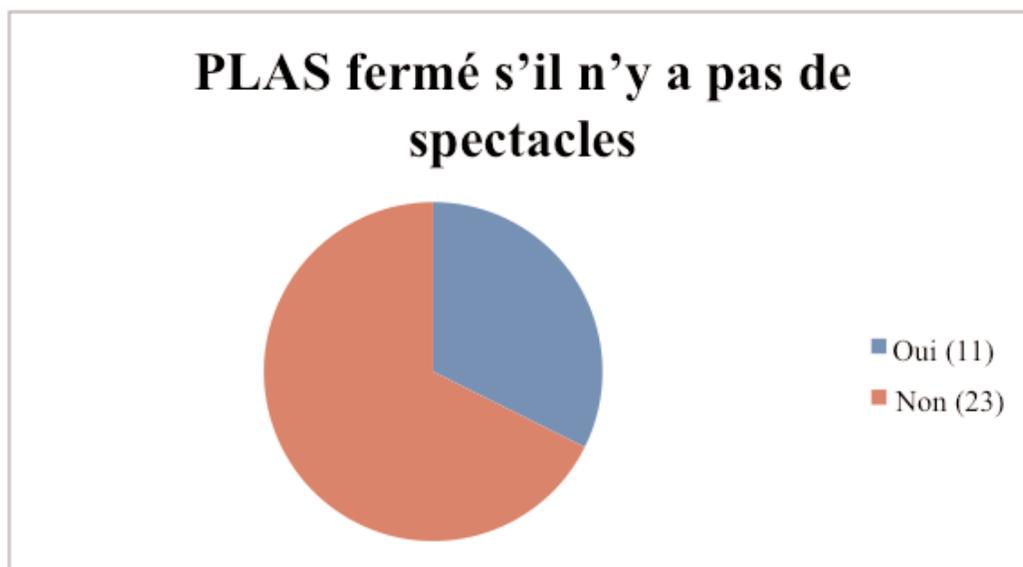
38. Est-ce 18 ans et plus? (oui/non)

La grande majorité des PLAS (79 %, soit 27 répondants sur 34) sont des endroits où il faut avoir l'âge de 18 ans et plus. Le reste des lieux (21 %, soit 7 répondants sur 34) permet la présentation d'événements pour tous les âges.



39. Quand il n'y a pas de spectacle, est-ce que la salle est fermée ? (oui/non)

La plupart (68 %, soit 23 répondants sur 34) des PLAS ne sont pas fermées si aucun spectacle n'y est présenté. Les autres (32 %, soit 11 répondants sur 34) demeurent fermés. Nous pouvons présumer que pour ceux qui sont fermés, s'il n'y a pas de spectacle, les revenus découlant des ventes d'alcool à l'occasion d'événements artistiques sont très importants puisqu'aucune source de revenus n'est générée en leur absence.



40. Quand il n'y a pas de spectacle, est-ce qu'il y a une activité de bar ou de discothèque ? (oui/non)

La majorité des PLAS (74 %, soit 25 répondants sur 34) ont une activité de bar ou de discothèque quand il n'y a pas de spectacle. Ces PLAS peuvent percevoir des revenus de ce type d'activité. En principe, il ne devrait pas y avoir de différence entre la question 39 et la question 40. La raison qui explique cet écart est que cette activité se déroule sur un autre étage. Les PLAS restants (26 %, soit 9 répondants sur 34) demeurent fermés.

PLAS ayant une activité de bar ou de discothèque quand il n'y a pas de spectacle



41. Où est le bar dans le lieu de diffusion ?

La totalité des PLAS possèdent un bar directement dans leur salle de diffusion principale. Ceux qui disposent d'un deuxième étage où se déroulent des activités de discothèque possèdent aussi un bar dans cette section.

42. Êtes-vous propriétaire ou locataire du bâtiment ? (oui/non)

Comme nous l'avons mentionné plus haut, nous allons seulement faire un graphique pour illustrer les prochaines questions. Un grand nombre de PLAS (82 %, soit 28 répondants sur 34) sont locataires. Seuls quelques-uns d'entre eux (18 %, soit 6 répondants sur 34) sont propriétaires de leur bâtiment.

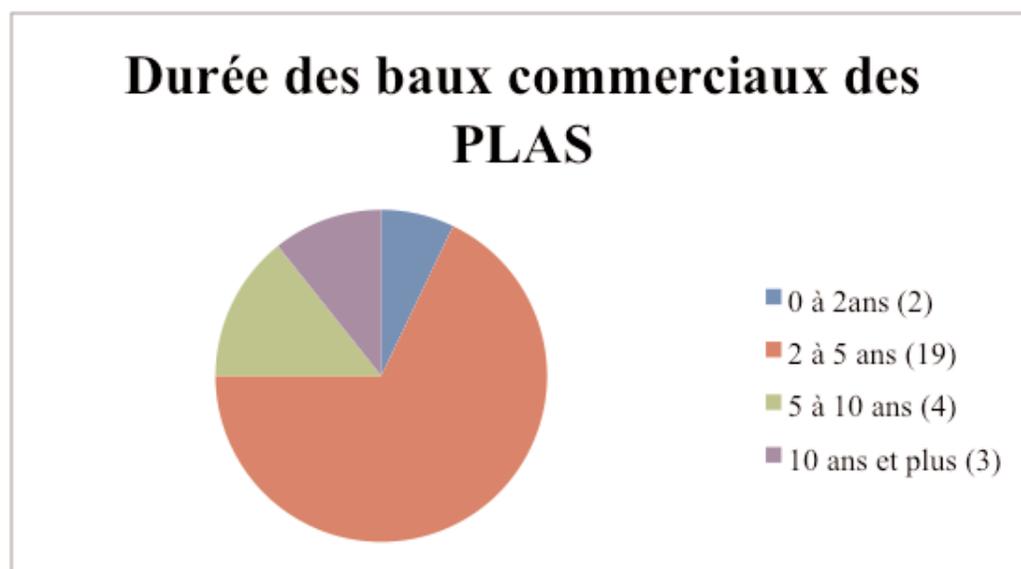
Êtes-vous propriétaire ou locataire du bâtiment ?



43. Quelle est la durée du bail ?

Comme nous ne mesurons que la durée des baux commerciaux des locataires, les propriétaires sont exclus du calcul. Le total est donc sur 28 plutôt que sur 34. Aucun PLAS ne nous a affirmé ne pas avoir d'option de renouvellement inscrite au bail. Les renouvellements sont généralement d'une durée de 5 ans.

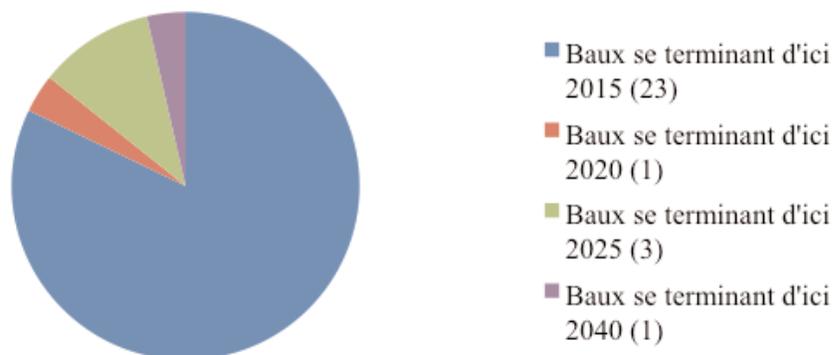
À l'aide du graphique précédent, nous pouvons affirmer que 7 % des PLAS (soit 2 répondants sur 28) ont des baux d'une durée de 0 à 2 ans, 68 % (19 répondants sur 28) ont des baux d'une durée de 2 à 5 ans, 14 % (4 répondants sur 28) ont des baux d'une durée de 5 à 10 ans et 11 % des petits lieux (3 répondants sur 28) ont des baux qui durent plus de 10 ans.



44. Quelle est la date de fin du bail ?

Comme nous pouvons l'observer dans ce graphique, la grande majorité des baux commerciaux (81 %, soit 23 répondants sur 28) viennent à échéance d'ici 2015. Le reste se répartit comme suit : 4 % (1 répondant sur 28) des baux se terminent d'ici 2020, 11 % (3 répondants sur 28) d'ici 2025 et 4 % (1 répondant sur 28) d'ici 2040.

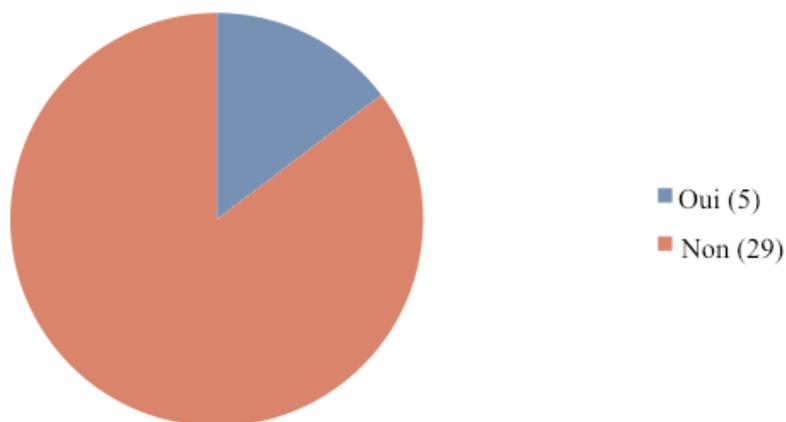
Fin des baux commerciaux des PLAS



45. Est-ce que le bâtiment est à vendre ? (oui/non)

En observant le graphique précédent, nous pouvons affirmer qu'un grand nombre de bâtiments (85 %, soit 29 répondants sur 34) ne sont pas à vendre. Il est permis de penser que, pour les cinq PLAS, dont le bâtiment est à vendre, il y a une incertitude quant à leur avenir.

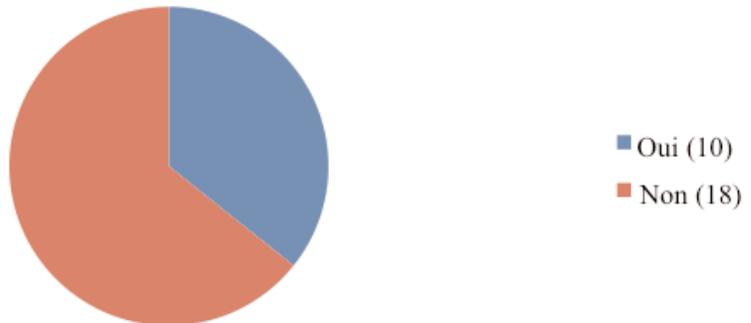
Bâtiment à vendre



46. Y a-t-il des menaces de non-renouvellement du bail ? (oui/non)

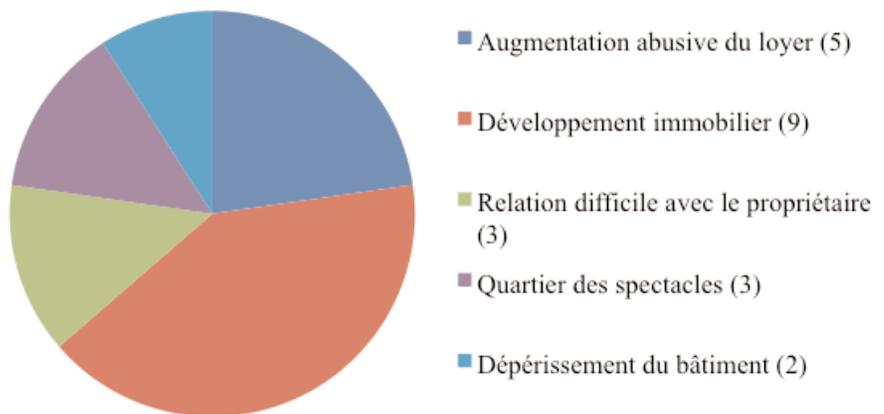
La majorité des PLAS (64 %, soit 18 répondants sur 28) n'entrevoient pas de menaces de non-renouvellement de leur bail.

Y a-t-il des menaces de non-renouvellement du bail ?



Parmi ceux qui ont répondu positivement à la question, voici les craintes qui ont été formulées. À noter que les répondants ont donné plus d'une réponse à cette question. Le graphique tient compte du nombre de mentions pour chaque élément.

Types de menaces de non-renouvellement du bail



Commentaires de l'APLAS

Les réponses à la dernière question apportent un éclairage particulier sur la perception des PLAS quant au développement immobilier (90 %, soit 9 répondants sur 10). Ils perçoivent ce dernier comme une menace puisque, généralement, le développement immobilier se fait à leur détriment. En examinant les événements des dernières années, l'APLAS souligne que les cas de fermetures ou de déménagements à la suite de développements immobiliers ont été fréquents et les PLAS sont bien conscients de cette réalité.

Comme les PLAS ont des baux commerciaux, ils pourraient être à la merci de propriétaires qui voudraient augmenter le loyer de façon abusive. Ceux qui ont évoqué cette raison (50 %, soit 5 répondants sur 10) en guise de réponse nous ont affirmé que les augmentations auraient comme conséquence la fermeture ou le déménagement de leur commerce.

Pour ce qui regarde les préoccupations liées à l'entrée en scène du Quartier des spectacles, les trois répondants (30 %, soit 3 répondants sur 10) qui en ont fait état craignent le développement immobilier dans ce secteur et que celui-ci les oblige à déménager dans les prochaines années. Compte tenu de l'ampleur des investissements qui sont déjà engagés pour favoriser l'expansion immobilière, le risque est bien réel pour eux. Même si cela concerne l'enjeu du développement immobilier dans le Quartier des spectacles, nous avons préféré créer une catégorie à part.

Les relations difficiles avec le propriétaire (30 %, soit 3 répondants sur 10) et le dépérissement du bâtiment (20 %, soit 2 répondants sur 10) sont aussi au nombre des menaces. Si les relations avec leur propriétaire venaient à se dégrader, les répondants se verraient peut-être dans l'obligation de déménager à la fin de leur bail. Pour ce qui concerne le dépérissement du bâtiment, les problèmes sont tels qu'advenant le fait que les propriétaires n'effectuent pas les réparations et n'apportent pas les correctifs nécessaires à temps, les PLAS entrevoient la fermeture de leurs locaux.

Enjeux

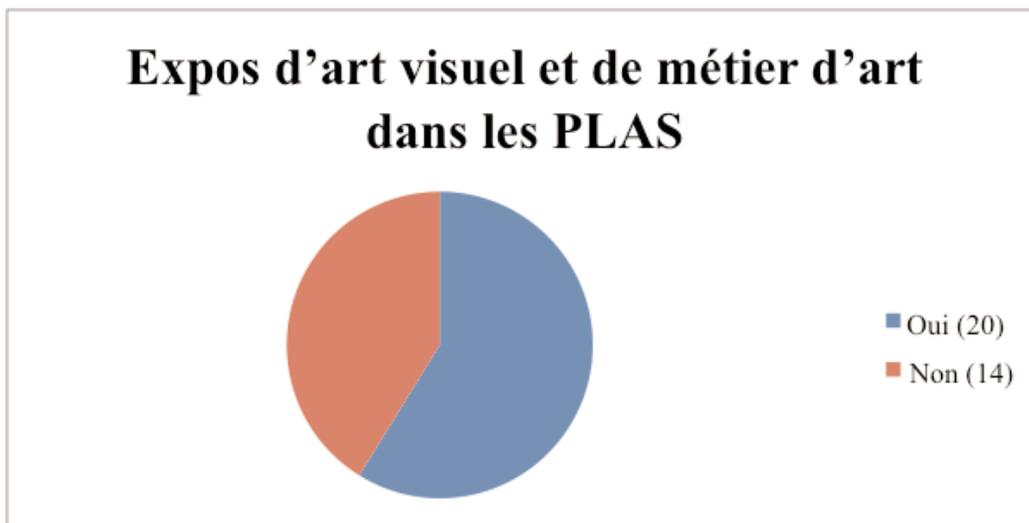
Comme dans les sections précédentes, les informations des répondants comportent un certain niveau de confidentialité. Au lieu de fournir les données dans le tableau Excel (pour les questions **52**, **54** à **59**, **61** et **63**), nous allons plutôt les illustrer à l'aide d'un graphique.

Les données que nous avons recueillies pour cette section dans le tableau Excel sont les suivantes :

- 47. Expositions d'art visuel et métier d'art**
- 48. Nombre d'expositions en 2010**
- 49. Nom et prénom du programmeur d'expo/mode de sélection**
- 50. Cachet aux artistes visuels (oui/non)**
- 51. Des œuvres à vendre (oui/non)**
- 52. Problèmes de voisinage liés au bruit (oui/non)**
- 53. Situé en zone résidentielle ou commerciale**
- 54. Problèmes liés à l'affichage (oui/non)**
- 55. Contraventions pour l'affichage en 2009 (oui/non)**
- 56. Si oui. Combien ? (approximativement)**
- 57. Contraventions pour l'affichage en 2010 (oui/non)**
- 58. Si oui. Combien ? (approximativement)**
- 59. Montant total des contraventions des dernières années (approximativement, en dollars)**
- 60. Plus d'espace d'affichage légal ? (oui/non)**
- 61. Autres enjeux en lien avec la Ville de Montréal**
- 62. Contrat de location de salle pour artiste ou producteur ? (oui/non)**
- 63. Participation à l'étude sur la fréquentation des spectacles de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) (oui/non)**

47. Expositions d'art visuel et métier d'art

Plus de la moitié des PLAS (59 %, soit 20 répondants sur 34) présentent des expositions d'art visuel et de métier d'art.



48. Nombre d'expositions en 2010

Au total, il y a eu 181 expositions en 2010. Bien que les PLAS ne soient pas nécessairement reconnus au même titre que les petites galeries d'art, ils sont néanmoins des acteurs importants dans ce secteur. La plupart des PLAS ont une exposition chaque mois.

Commentaire de l'APLAS

Fait intéressant, malgré le fait que les responsables des lieux exigent de voir le portfolio de l'artiste avant que celui-ci puisse exposer, ils ne procèdent pas nécessairement par appel de dossiers. Les artistes en art visuel connaissent bien le réseau des PLAS et s'en servent pour promouvoir leurs œuvres. Comme les activités de bar et de discothèque des PLAS attirent une clientèle régulière, les artistes en art visuel savent qu'ils bénéficieront d'une visibilité importante, parfois plus grande (quoique moins ciblée) que celle que peuvent leur procurer les petites galeries d'art.

50. Cachet aux artistes visuels (oui/non)

51. Des œuvres à vendre (oui/non)

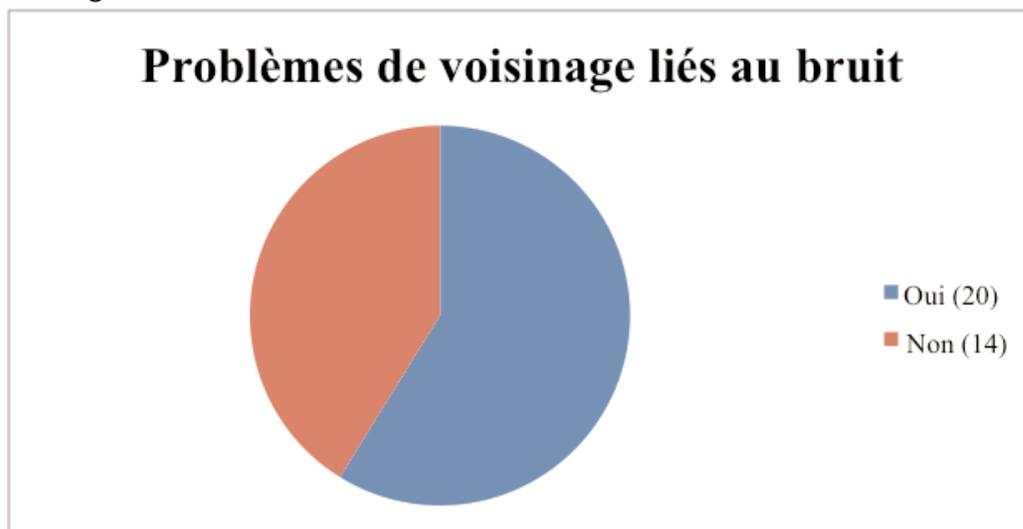
Aucun des PLAS consultés ne verse de cachet aux artistes visuels qui exposent leurs œuvres, mais tous permettent que l'on vende des tableaux. Généralement, les artistes affichent les prix sous les œuvres et les personnes intéressées peuvent contacter la personne responsable des expositions.

Commentaire de l'APLAS

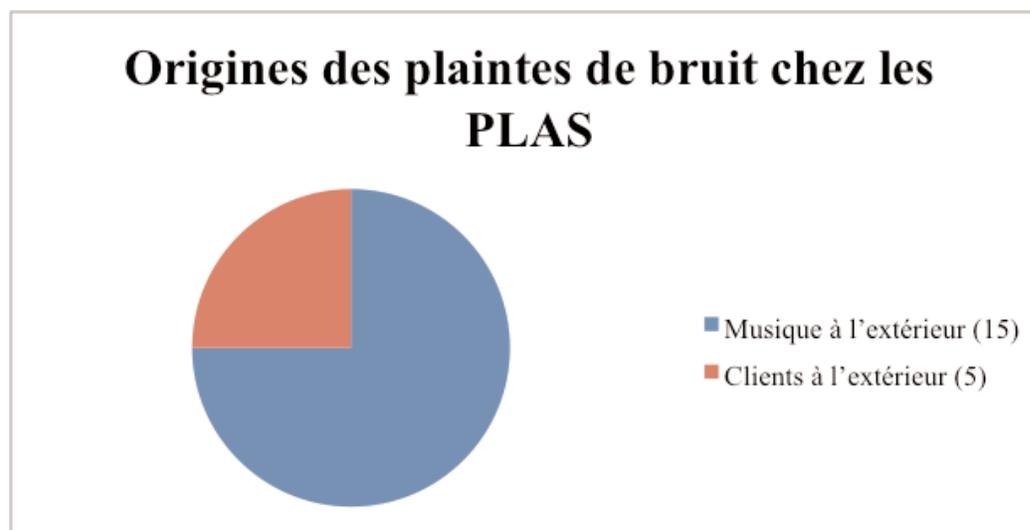
Nous ne pouvons savoir si des artistes ont déjà demandé d'être rémunérés pour exposer leurs œuvres, mais l'APLAS y voit un indice d'appréciation de la visibilité que les PLAS leur procurent.

52. Problèmes de voisinage liés au bruit (oui/non)

La majorité des PLAS (59 %, soit 20 répondants sur 34) ont reçu des plaintes concernant le bruit. Dans deux des cas, les plaintes venaient directement du propriétaire (qui n'habite pas le bâtiment). Ces plaintes ont généralement deux origines différentes. Soit qu'elles découlent de la musique que l'on entend à l'extérieur du lieu lors des spectacles, soit qu'elles proviennent du bruit que produisent les gens qui sont dehors pour fumer des cigarettes.



Origines des plaintes liées au bruit



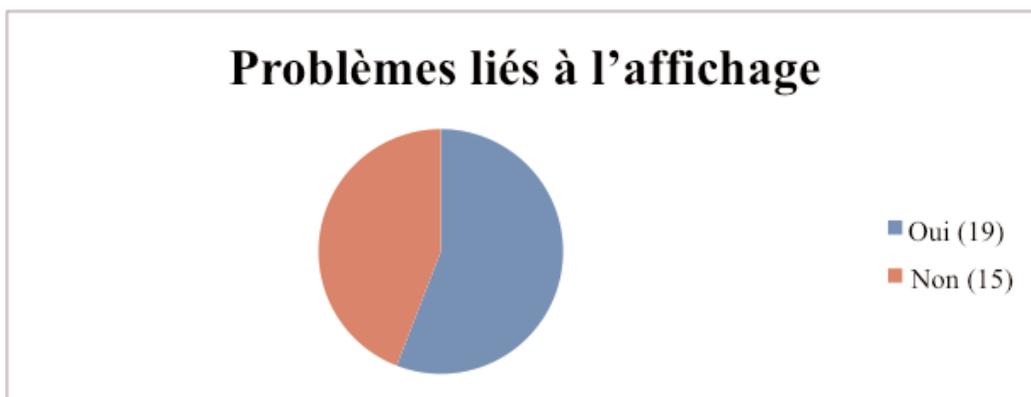
À notre connaissance, un seul lieu a reçu un constat d’infraction en lien avec une plainte de bruit. C’est donc 75 % des plaintes (15 répondants sur 20) qui proviennent de la musique que l’on entend à l’extérieur et 25 % des plaintes (5 répondants sur 20) qui proviennent du bruit que les clients font à l’extérieur.

54. Problèmes liés à l’affichage (oui/non)

Plus de la moitié des PLAS (56 %, soit 19 répondants sur 34) ont eu des problèmes liés à l’affichage. Comme la question ne comporte pas de date précise, certains PLAS ont répondu positivement à la question puisqu’ils ont reçu les avertissements et les constats d’infraction il y a de cela quelques années. Une petite partie n’a reçu qu’un avertissement, les autres ont reçu des constats d’infraction.

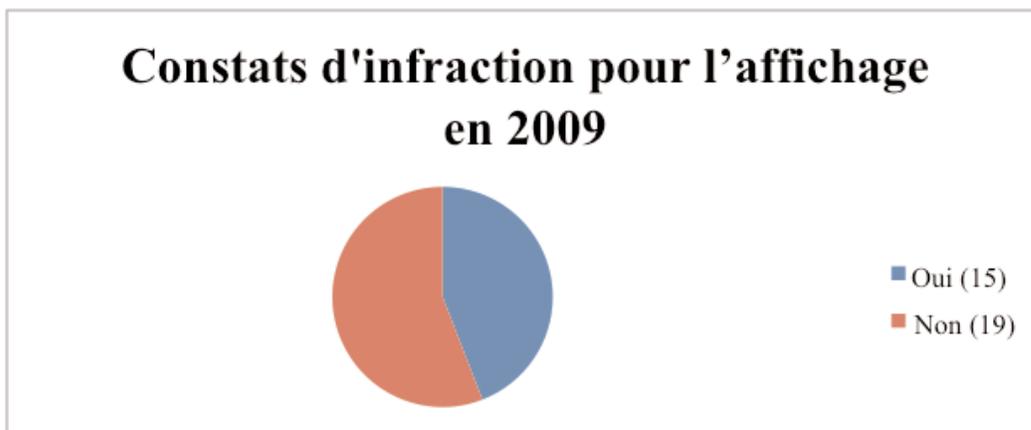
Commentaire de l’APLAS

L’APLAS considère que l’affichage constitue un problème important chez les PLAS. Une clause stipulant qu’ils ne sont pas responsables de l’affichage à l’extérieur de leur établissement fait désormais partie du contrat de location de la plupart des PLAS.



55. Constats d’infraction en raison de l’affichage en 2009 (oui/non)

44 % des PLAS (15 répondants sur 34) ont reçu une contravention en 2009.

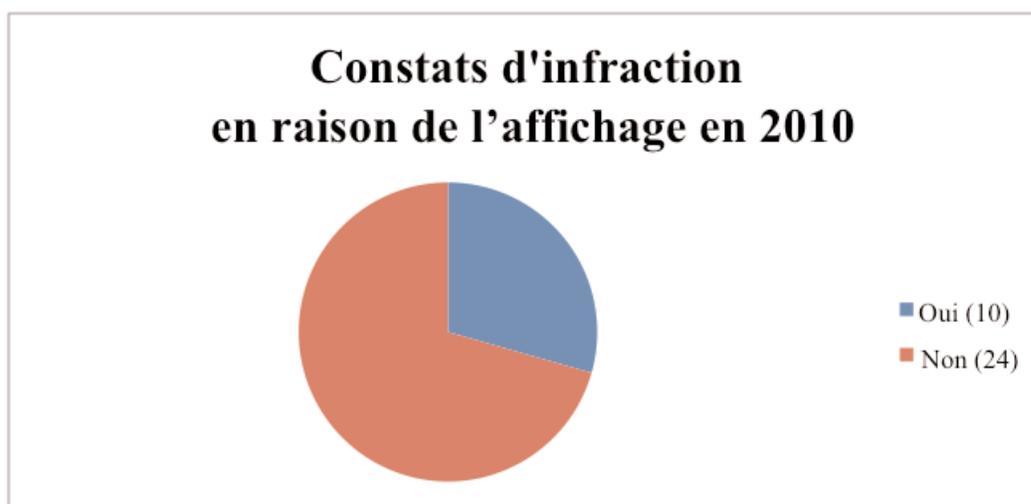


56. Si oui. Combien ? (approximativement)

Les PLAS ont reçu (approximativement) un total de 64 constats d'infraction en lien avec l'affichage en 2009. À 1 875 \$ par constat d'infraction, cela représente un montant approximatif de 120 000 \$.

57. Constats d'infraction en raison de l'affichage en 2010 (oui/non)

29 % des PLAS (10 répondants sur 34) ont reçu une contravention en 2010.



58. Si oui. Combien ? (approximativement)

Les PLAS ont reçu (approximativement) un total de 37 constats d'infraction en lien avec l'affichage en 2010. Toujours à 1 875 \$ par constat d'infraction, cela constitue un montant approximatif de 69 375 \$.

59. Montant total des contraventions des dernières années (approximativement)

Le montant total (2009/2010) des constats d'infraction en lien avec l'affichage est de 189 375 \$. Heureusement, les petits lieux n'ont pratiquement jamais été reconnus coupables et n'ont donc jamais eu à déboursier ce montant.

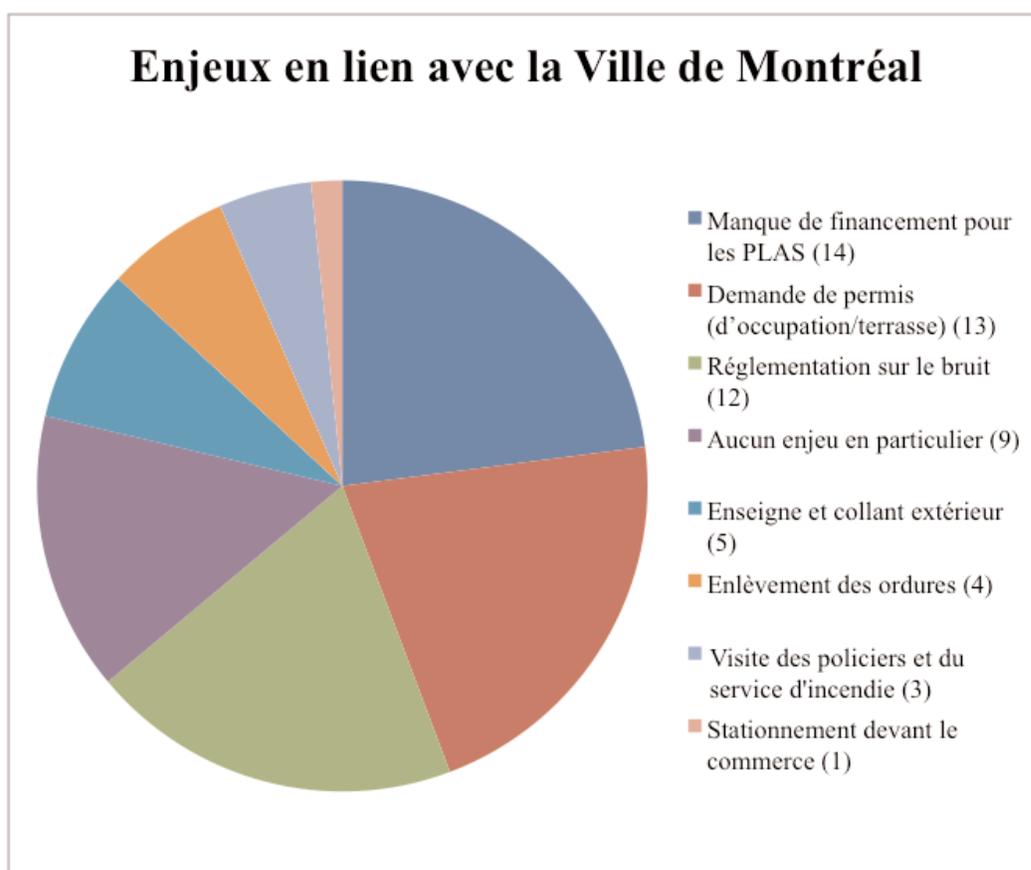
60. Plus d'espace d'affichage légal (oui/non)

À cette question, les PLAS sont unanimes, y compris ceux qui n'ont jamais reçu de constats d'infraction. Montréal a grand besoin d'espace d'affichage légal.

61. Autres enjeux en lien avec la Ville de Montréal

Plusieurs enjeux ont été soulevés par les répondants. De façon générale, les PLAS ont beaucoup de reproches à adresser à la Ville de Montréal ou à ses arrondissements.

Parmi les réponses à la question, des enjeux ont été formulés. À noter que les répondants ont donné plus d'une réponse à cette question. Le graphique tient compte du nombre de mentions pour chaque élément.



Manque de financement pour les PLAS

Le premier élément qui a été mentionné par les répondants comme étant un enjeu est la question du financement. 41 % des PLAS (14 répondants sur 34) croient que la Ville de Montréal devrait offrir du financement, autant pour les activités culturelles que pour les infrastructures (équipements sonores, insonorisation).

Commentaires de l'APLAS

Plusieurs croient que si la Ville peut financer de petits festivals. Elle devrait aussi être en mesure de les soutenir.

Permis d'occupation et permis de terrasse

La question des demandes de permis constitue aussi un problème majeur pour 38 % d'entre eux (13 répondants sur 34). Que ce soit pour les permis de terrasses ou les permis d'occupation, les répondants trouvent que les informations fournies concernant l'obtention de ces permis (particulièrement les permis d'occupation) ne sont pas claires, qu'elles changent d'une fois à l'autre (selon la personne avec qui ils communiquent) ou qu'elles sont tout simplement erronées. Plusieurs évoquent la lenteur et la complexité des démarches administratives visant l'obtention de permis.

Pour ce qui a trait aux permis de terrasse, un répondant a souligné le fait que les heures d'ouverture légales étaient limitées et qu'elles devraient plutôt correspondre aux heures de fermeture (soit 3 h du matin).

Plusieurs PLAS, qui présentent des spectacles sans avoir le bon permis d'occupation de la Ville, craignent d'officialiser leur statut de peur de ne pas répondre aux exigences administratives et que les coûts générés par leur demande soient trop élevés. Cela étant dit, tous ceux qui ont fait mention de cet enjeu considèrent qu'il s'agit là d'une menace réelle pour la poursuite de leurs activités.

Réglementation sur le bruit

Un autre enjeu qui a été mentionné par 35 % des répondants (12 répondants sur 34) est en lien avec la réglementation sur le bruit. Popularisée par le projet NOISE de l'arrondissement du Plateau Mont-Royal, cette modification à la réglementation a semé un véritable vent de panique chez les PLAS, particulièrement ceux qui sont situés dans cet arrondissement.

Commentaires de l'APLAS

Compte tenu du montant très élevé des constats d'infraction (jusqu'à 10 000 \$), la crainte des PLAS est totalement justifiée. Heureusement, personne n'a reçu de constat jusqu'à présent. L'arrondissement du Plateau Mont-Royal a d'ailleurs mis sur pied un projet-pilote pour effectuer des mesures sonores à l'intérieur et à l'extérieur d'un PLAS. Un protocole d'interventions sera ensuite rédigé et, si le tout s'avère concluant, le projet pourra s'étendre au reste des PLAS sur le Plateau Mont-Royal.

Enseigne et collant extérieur

Quelques PLAS (15 %, soit 5 répondants sur 34) ont eu des problèmes avec leur enseigne extérieure. Leur enseigne ne correspondait pas à ce qui est permis et ils ont dû la modifier en conséquence. Un des répondants a même reçu un constat d'infraction sans avoir reçu d'avertissement au préalable. Un seul des répondants a dû enlever un collant qui était sur sa porte extérieure à cause de la réglementation qui interdit la pose de collants sur les portes extérieures.

Enlèvement des ordures

Un petit nombre de PLAS (12 %, soit 4 répondants sur 34) ont signalé avoir eu des problèmes concernant l'enlèvement des ordures devant et derrière leur commerce. Selon les répondants, il semblerait que les constats sont émis de façon hautement subjective. Quelques-uns auraient même reçu des constats pour des ordures qui ne leur appartenaient pas.

Visite des policiers et du service d'incendie

Quelques petits lieux (9 %, 3 répondants sur 34) ont indiqué que les visites des policiers et du service d'incendie étaient beaucoup trop fréquentes et qu'elles constituaient un abus. Selon les répondants, les visites n'avaient pas toujours de but précis et l'attitude des policiers ou des responsables du service d'incendie était arrogante et déplacée.

Stationnement devant le commerce

Un seul répondant (3 %) a mentionné avoir des problèmes avec le stationnement devant son commerce. Selon le répondant, il y a trop peu d'espace de stationnement devant et à proximité de son commerce pour recevoir sa clientèle.

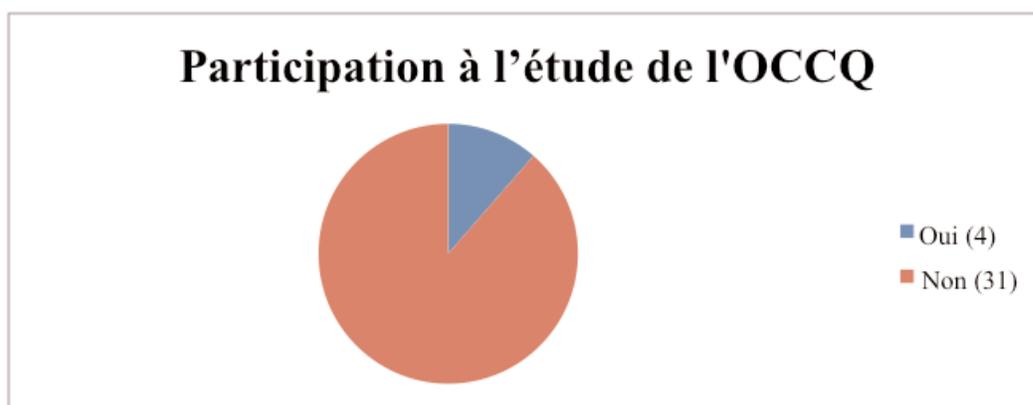
62. Usage d'un contrat de location de salle pour artiste ou producteur (oui/non)

Plus de la moitié des PLAS (65 %, soit 22 répondants sur 34) ont des contrats de location de salle. Par contre, ils ne l'utilisent pas tout le temps. Dans les cas où il s'agit d'une première ou d'une deuxième location, les PLAS ont tendance à faire signer un contrat de location. Après les premières locations, et dans la mesure où tout s'est bien déroulé, certains gestionnaires de PLAS s'en tiennent à une entente verbale. Les autres PLAS s'entendent par courriel ou ont tout simplement une entente verbale avec l'artiste ou le producteur.



63. Participation à l'étude sur la fréquentation des spectacles de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ).

Malgré qu'ils présentent un nombre impressionnant de spectacles annuellement, les PLAS en grande majorité (91 %, soit 31 répondants sur 34) ne participent pas à cette étude. La raison est bien simple. Pour participer à l'étude, il faut avoir une billetterie. La majorité des PLAS n'en ont tout simplement pas. Pourtant, chaque PLAS a en moyenne 200 spectacles par année. En multipliant le nombre de PLAS qui ne participe pas et le nombre de spectacles qu'ils présentent, c'est plus de 6000 spectacles par année qui ne sont pas comptabilisés dans cette étude. À l'heure actuelle (et selon l'étude de l'OCCQ), 41 % des spectacles au Québec sont présentés dans des lieux de 350 places et moins. Ces chiffres ne tiennent malheureusement pas compte de notre réalité. Nous pouvons affirmer que le pourcentage de spectacles présentés dans des salles de 350 places et moins augmenterait si cette étude tenait compte des spectacles présentés dans les PLAS. Il faut absolument trouver une façon de comptabiliser les spectacles présentés dans les PLAS afin d'avoir des statistiques qui tiennent compte une fois pour toutes de ce que nous représentons réellement dans l'échiquier de la diffusion culturelle au Québec.



Questions ouvertes

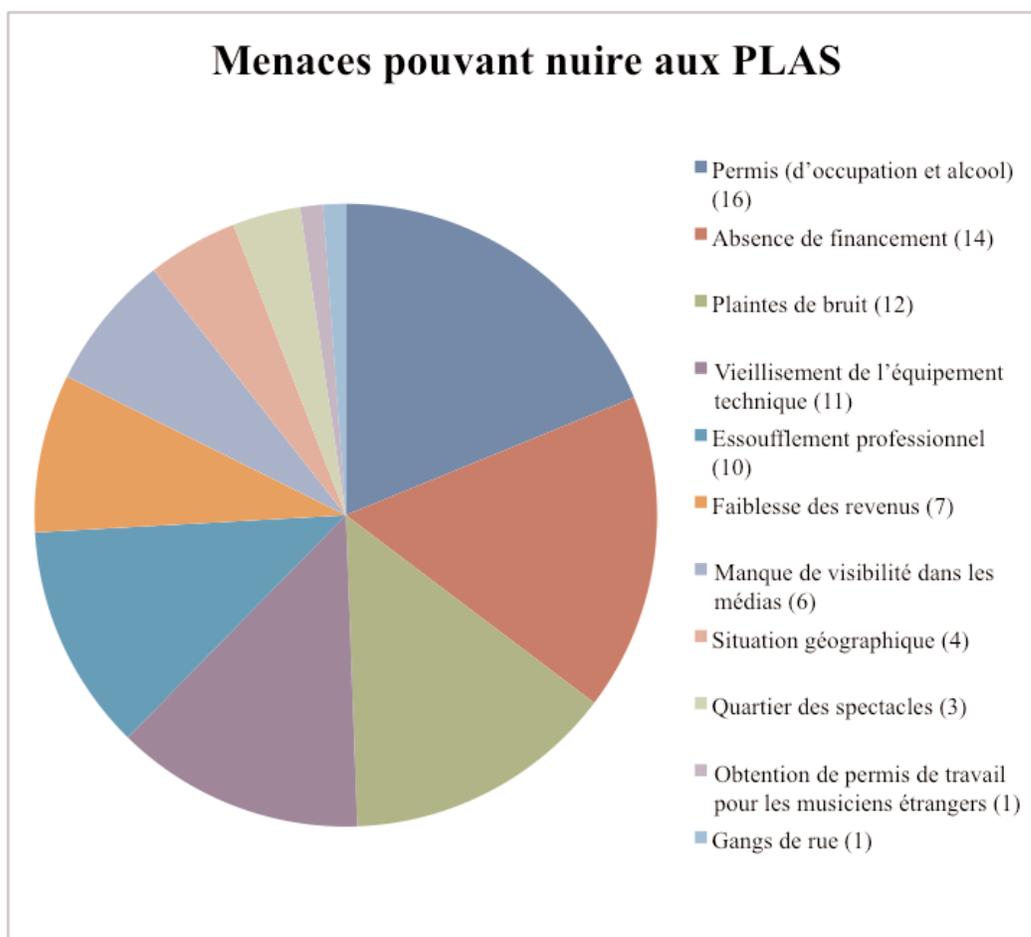
Les données que nous avons recueillies pour cette section sont les suivantes :

64. Quelles sont les menaces qui pourraient nuire à votre organisation ?

65. Quelles sont les opportunités qui pourraient avantager votre organisation ?

64. Quelles sont les menaces qui pourraient nuire à votre organisation ?

Le graphique suivant tient compte du nombre de mentions pour chaque élément :



Permis (d'occupation et d'alcool)

Près de la moitié des PLAS (47 %, soit 16 répondants sur 34) voient une menace dans la question des permis d'occupation ou du renouvellement du permis d'alcool avec la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec.

Commentaires de l'APLAS

Nous avons déjà développé longuement sur la question des permis d'occupation. Concernant les permis d'alcool, certains PLAS ne possèdent pas un permis adéquat pour la présentation de spectacles. Ils perçoivent cela comme un écueil qui pourrait nuire aux activités culturelles présentées dans leur établissement.

Absence de financement

Même chose que le thème précédent. Nous avons déjà apporté des précisions sur cette menace. La seule différence est que cette question est plus large et pour les répondants, elle vise les bailleurs de fonds autres que la Ville de Montréal. Les répondants ont largement déploré le manque de programmes de financement en général. Il reste que 41 % des répondants (14 sur 34) l'ont signalé.

Plaintes de bruit

Une portion significative des PLAS (35 %, soit 12 répondants sur 34) considère cet aspect comme un problème. Nous avons précédemment donné des détails sur cette menace.

Vieillessement de l'équipement technique

Près du tiers des PLAS (32 %, soit 11 répondants sur 34) croient que ce point constitue une réelle menace. Les investissements en matière d'équipements techniques peuvent représenter des dépenses importantes pour les PLAS. Les répondants qui ont insisté sur cette menace affirment que leurs équipements sont en état de fonctionner, mais deviennent rapidement désuets. Advenant un bris, plusieurs ont fait remarquer qu'ils n'auraient pas les moyens de remplacer leur équipement.

Essoufflement professionnel

29 % des PLAS (10 répondants sur 34) ont fait mention de l'épuisement professionnel comme menace. Pour certains, la précarité des revenus ne permet pas d'offrir des conditions avantageuses à leurs employés. Dans ces conditions, la rotation du personnel devient importante et demande

souvent au gestionnaire de cumuler de nombreuses tâches. Le cumul des tâches a d'ailleurs été mentionné à maintes reprises comme facteur d'essoufflement.

Faiblesse des revenus

21 % des PLAS (7 répondants sur 34) croient que la faiblesse des revenus générés par leurs activités constitue une menace à court terme pour leur survie. La présentation de spectacles d'artistes de la relève (artistes en développement de public) comporte beaucoup de risques et les revenus (principalement des revenus provenant de la vente d'alcool) générés sont minimales. Malgré ce fait, les répondants ne veulent pas compromettre leur mission et désirent continuer de présenter des spectacles de la relève.

Manque de visibilité des PLAS dans les médias

18 % des PLAS (6 répondants sur 34) croient que le manque de visibilité des PLAS dans les médias constitue une menace. Les budgets de promotion sont généralement peu élevés, et, malgré l'apparition des réseaux sociaux, les répondants croient que les médias traditionnels (la télévision, la radio et les journaux) sont des acteurs importants pour la promotion des événements culturels. Comme les artistes, qui se produisent dans les petits lieux, sont pour la plupart en début de carrière, ils ont rarement une couverture médiatique adéquate. Pour ces répondants, une meilleure visibilité dans les médias aiderait à attirer une clientèle plus vaste.

Situation géographique

Une minorité de PLAS (12 %, soit 4 répondants sur 34) croit que leur situation géographique constitue une menace. Les répondants, dont le lieu est situé loin des métros ou des trajets d'autobus, estiment que ce facteur joue directement sur l'achalandage de leur établissement.

Quartier des spectacles

La concentration d'événements et de festivals dans le Quartier des spectacles constitue, pour 9 % des PLAS (3 répondants sur 34), une réelle menace. Lors de la saison estivale, l'achalandage et le chiffre d'affaires de ces répondants diminuent considérablement et ils attribuent cette diminution aux spectacles gratuits présentés sur la Place des festivals. Un des répondants nous a mentionné qu'il songeait maintenant à fermer durant cette saison.

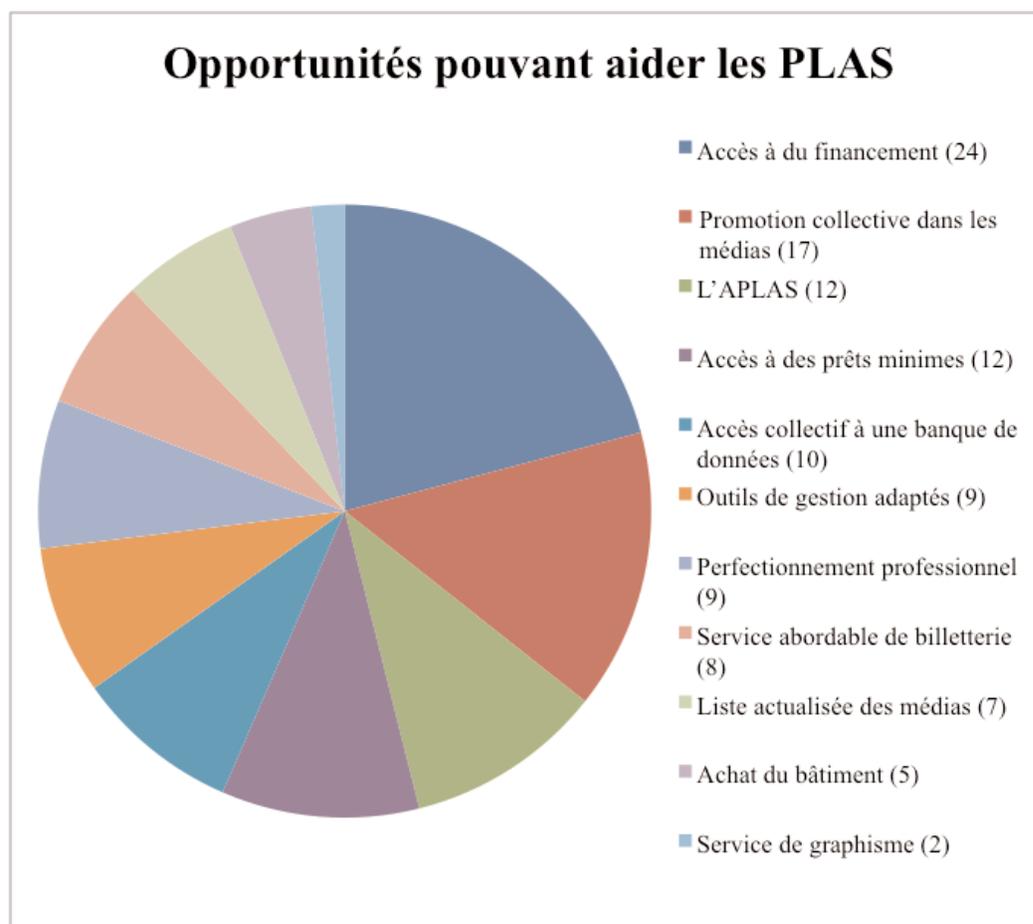
Gangs de rue

Seulement un responsable d'un PLAS (3 %, soit 1 répondant sur 34) croit que les gangs de rue constituent une menace. Le répondant a déjà fait face à des représailles après avoir tenté d'évincer de son établissement des personnes liées à un gang de rue. La visite fréquente des policiers en raison de la présence de gangs de rue n'arrange rien au problème.

Obtention de permis de travail pour les musiciens étrangers

Seul un PLAS (3 %) croit que la difficulté d'obtenir des permis de travail pour les musiciens étrangers représente une menace. Comme cet établissement reçoit beaucoup d'artistes de l'étranger, il doit composer avec les difficultés associées aux douanes canadiennes. Il semble que certains producteurs soient exemptés de l'obligation d'obtenir un permis de travail. Malheureusement pour le répondant dont il est question, ce n'est pas le cas.

65. Quelles sont les mesures qui pourraient avantager votre organisation ?



Accès à du financement

Pour la majorité des PLAS (71 %, soit 24 répondants sur 34), avoir accès à du financement est un élément majeur.

Commentaires de l'APLAS

Que ce soit pour la présentation, la promotion de spectacles ou pour moderniser leur équipement technique, les programmes de financement adaptés aux PLAS font tristement défaut. De tous les réseaux de diffusion en musique, ce sont les seuls à qui l'on n'offre aucun soutien financier. Ce sont les grands oubliés du système et ils le savent trop bien.

Promotion collective pour les PLAS dans les médias

La moitié des PLAS (50 %, soit 17 répondants sur 34) croit qu'une meilleure visibilité dans les médias serait plus que bénéfique pour l'accroissement des revenus. Bien au fait de leur mince budget de promotion et de la capacité financière limitée des producteurs et des artistes avec qui ils font affaire, beaucoup de PLAS croient qu'en négociant des tarifs préférentiels de groupe, ils seront en mesure d'augmenter leur pouvoir d'achat et ainsi de gagner de la visibilité dans les médias (radios communautaires, journaux hebdomadaires, etc.).

L'APLAS

Fait intéressant, plusieurs petits lieux (35 %, soit 12 répondants sur 34) ont désigné spontanément l'APLAS comme étant une des solutions pouvant les aider. Le fait d'avoir une association pour les représenter, les défendre et les informer est considéré comme un facteur positif. Il est important de rappeler que 62 % des répondants (21 répondants sur 34) n'étaient pas membres de notre association au moment des rencontres individuelles. C'est donc dire que la quasi-totalité des PLAS membres de notre association au moment des rencontres individuelles considère que l'APLAS joue un rôle essentiel dans son développement. Le fait que ceux qui n'étaient pas membres le soient devenus par la suite démontre, à notre avis, la pertinence de notre existence.

Accès à des prêts minimes

Compte tenu de l'administration serrée que doivent exercer certains gestionnaires (35 % des PLAS questionnés, soit 12 répondants sur 34), ces derniers aimeraient avoir accès à des prêts minimes. Dans les périodes de moindre achalandage, les liquidités pour couvrir les dépenses se font plus rares et l'accès à des prêts minimes viendrait soutenir à court terme les PLAS dans leur gestion financière.

Accès collectif à une banque de données de groupes musicaux

Plus du tiers des PLAS (35 %, soit 12 répondants sur 34) aimeraient avoir accès à une banque collective de données de groupes musicaux. Un bon nombre de programmeurs se font contacter par des groupes en tournée provenant des régions ou de l'extérieur de la province. La plupart de ces groupes aimeraient pouvoir se produire avec des artistes locaux et demandent souvent aux programmeurs de leur recommander des groupes avec qui ils pourraient partager la scène. Dans certains cas, les programmeurs sont en mesure de leur en recommander, mais, très souvent, ce n'est pas le cas. Évidemment, pour les groupes provenant de l'extérieur de Montréal, l'ajout d'un groupe local est très souvent un facteur de réussite pour le spectacle.

Outils de gestion adaptés

Moins du tiers des PLAS (26 %, soit 9 répondants sur 34) aimerait avoir des outils de gestion plus adaptés. Que ce soit pour le suivi de la programmation des spectacles ou pour maintenir des stocks d'alcool, bon nombre de PLAS n'ont pas les outils pour effectuer une gestion efficace pour ce qui concerne certains aspects de leur travail. Certains ont aussi mentionné la nécessité d'avoir un outil de gestion pour diminuer le nombre d'heures passées à inscrire leur programmation dans les différents calendriers culturels.

Perfectionnement professionnel

Plusieurs PLAS (26 %, soit 9 répondants sur 34) aimeraient pouvoir améliorer leurs connaissances grâce à des formations professionnelles portant sur divers aspects de leur travail. Une partie des répondants trouve nécessaire d'en apprendre davantage sur les sociétés de gestion collective (SOCAN, RéSonne, etc.) et les licences qu'ils doivent payer annuellement, sur la gestion financière, sur la négociation de contrats (ou de partenariats) ou sur la production d'événements.

Service abordable de billetterie

Bon nombre de PLAS (24 %, soit 8 répondants sur 34) aimeraient avoir accès à un service abordable de billetterie. Le coût des services des réseaux actuels de billetterie (Admission, par exemple) est bien au-dessus des moyens dont disposent les PLAS. Il arrive très rarement qu'ils aient recours à ces services. La commission que facturent ces réseaux augmente le prix des billets de façon importante (d'autant plus que le coût d'entrée moyen tourne autour de 6 \$ par spectacle), et les coûts d'impression

ne permettent pas de rentabiliser l'exercice. Un service abordable de billetterie permettrait d'effectuer des préventes et d'utiliser des points de vente pour publiciser les événements que les PLAS présentent..

Liste actualisée des médias

Moins du quart des PLAS (21 %, soit 7 répondants sur 34) aimerait posséder une liste actualisée des médias (radios, journaux, etc.). Trop souvent, ils ne peuvent mettre à jour une telle liste, car l'investissement en matière de temps est beaucoup trop important. Pourtant, afin d'effectuer une promotion adéquate des événements présentés, il faut avoir une telle liste pour joindre les journalistes qui peuvent couvrir l'événement. Bien sûr, cette liste ne leur assure pas automatiquement une couverture de presse, mais elle augmente grandement le potentiel de promotion d'un événement.

Commentaires de l'APLAS

Cette liste pourrait aussi servir aux groupes de musique, car la réussite d'un spectacle ne dépend pas seulement de la promotion qu'effectue un PLAS. C'est l'effort conjugué des parties qui augmente les chances de succès.

Achat de bâtiment

Pour un plus petit nombre de PLAS (15 %, soit 5 répondants sur 34), l'achat de leur bâtiment serait nécessaire à leur survie. Les coûts de loyer sont en hausse constante et cela constitue un facteur d'incertitude important pour le maintien des PLAS à leur localisation actuelle. De plus, comme la majorité des baux commerciaux (82 %, soit 23 répondants sur 28) viennent à échéance d'ici 2015, les risques de non-renouvellement sont assez élevés. Les locataires sont tous à la merci du développement immobilier et ne sont pas en mesure de contrôler les coûts de loyer.

Évidemment, un tel investissement n'est pas à la portée de tout le monde et dépend essentiellement de la volonté de vendre du propriétaire. Selon les données que nous avons recueillies, seulement 15 % des propriétaires sont prêts à vendre. L'achat d'un bâtiment représente un investissement important qui requiert des partenaires financiers de premier ordre. Comme la stabilité financière des PLAS est souvent précaire, rares sont les partenaires qui osent entreprendre une telle démarche.

Service de graphisme

Seulement quelques PLAS (6 %, soit 2 répondants sur 34) aimeraient bénéficier d'un service de graphisme pour les affiches de spectacles. La plupart des affiches sont créées par les groupes de musique et ces derniers préfèrent contrôler cet aspect.

Adhésion

Comme dans les sections précédentes, nous souhaitons préserver la confidentialité des réponses des répondants. Au lieu de fournir les données dans le tableau Excel, nous allons plutôt les illustrer à l'aide d'un graphique. Les données que nous avons recueillies pour cette section dans le tableau Excel sont les suivantes :

64. Êtes-vous membre de l'APLAS ?

65. Souhaitez-vous devenir membre de l'APLAS ?

66. Commentaires sur le sondage ou le rôle, la mission ou le développement de l'APLAS ?

64. Êtes-vous membres de l'APLAS ?



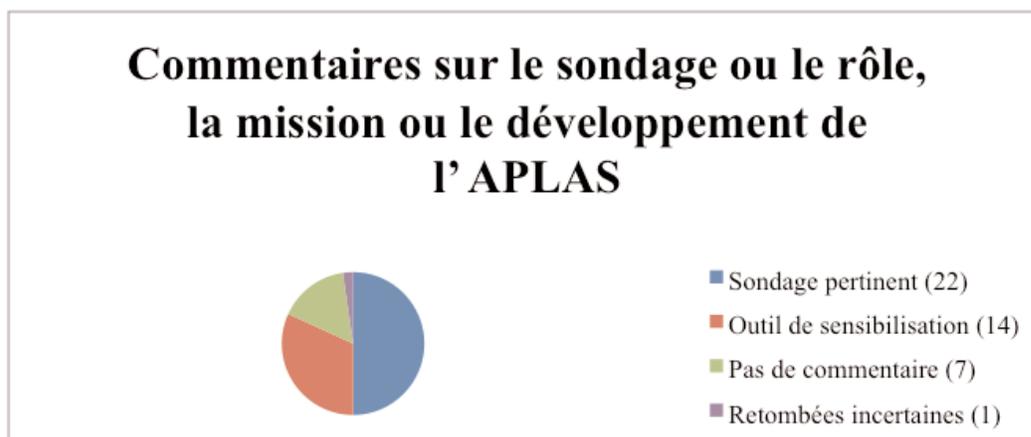
65. Souhaitez-vous devenir membre de l'APLAS ?

La plupart des PLAS (62 %, soit 21 répondants sur 34), qui n'étaient pas membres, le sont devenus ou sont en processus d'adhésion. Un seul des répondants a affirmé ne pas vraiment avoir vraiment le temps de faire partie d'une association et que s'il avait davantage de temps, il deviendrait peut-être membre de l'APLAS.



66. Commentaires sur le sondage ou le rôle, la mission ou le développement de l'APLAS ?

Le graphique suivant tient compte du nombre de mentions pour chaque élément :



Pour la majorité des PLAS (65 %, soit 22 répondants sur 34), le sondage effectué est pertinent et servira à mieux faire connaître leur réalité. Pour 41 % de ceux-ci (14 répondants sur 34), ce sondage servira d'outil pour mieux sensibiliser le public, les artistes et les administrations publiques en général. Un certain nombre (21 %, soit 7 répondants sur 34) de PLAS n'avaient aucun commentaire à faire. Seulement un PLAS (3 %, soit 1 répondant sur 34) croit que les retombées de ce sondage sont incertaines.

Adhésion

Section 7

Pour les répondants, il est plutôt difficile de se prononcer sur le rôle, la mission ou le développement de notre association étant donné que 62 % (21 répondants sur 34) n'étaient pas membres de l'APLAS au moment des rencontres individuelles.

Commentaires de l'APLAS

Malgré cela, la majorité des PLAS affirment qu'une telle association est vitale au développement de leur entreprise. Elle leur permet d'échanger, de se concerter et de mettre en commun des ressources — chose qui n'était pas possible avant notre création. Le fait que 34 PLAS aient pris le temps de participer aux rencontres individuelles, est, en soi, un signe qui démontre leur intérêt grandissant envers notre rôle, notre mission et notre développement. Pour les raisons mentionnées précédemment, le graphique ci-dessus porte exclusivement sur les commentaires vis-à-vis le sondage.

Conclusion

Ce rapport contient, à notre avis, beaucoup d'informations et de détails. L'APLAS est convaincue d'avoir atteint ses objectifs. Nous pouvons affirmer que nous connaissons beaucoup mieux les petits lieux d'art et de spectacles, que nous avons le plaisir de représenter, et nous sommes sûrs que nos partenaires sauront, à partir des données et des enjeux soulevés dans ce rapport, mettre en place des mesures adéquates afin de mieux soutenir la mission des petits lieux d'art et de spectacles à Montréal.

Pour notre association, ce rapport définit bon nombre de nos orientations stratégiques futures et de nos axes de développement. À plusieurs égards, et grâce à la contribution de nos partenaires, nous sommes déjà à œuvrer sur bon nombre d'éléments contenus dans le rapport. D'ailleurs, le plan d'action 2010-2011 qu'a présenté l'APLAS aux partenaires fait référence à plusieurs des enjeux exprimés (outils de gestion adaptés, outils de promotion collective, formation spécialisée, etc.) par les PLAS ayant participé au rapport. Nous croyons, à juste titre, être en phase avec les besoins de notre milieu.

La seule enquête officielle qui existe à ce jour est une enquête sur la clientèle des bars-spectacles de la région de Québec effectuée en 2000 par l'organisme Vieux-Limoilou en fête. Les données de l'enquête ont été recueillies entre mai et septembre 1999 grâce à un questionnaire distribué à 1231 personnes présentes dans une dizaine de bars-spectacles de la ville de Québec et des environs. En matière d'enquête, c'est bien peu pour tenir véritablement compte du poids économique et culturel de ces acteurs qui œuvrent à la base de l'industrie de la diffusion en musique.

De plus, pour bien saisir l'impact des PLAS dans le milieu culturel, il nous faudrait aussi évaluer l'effet financier des PLAS sur les revenus des artistes qui s'y produisent et faire une analyse plus poussée de la clientèle qui fréquente ces établissements. Nous espérons pouvoir effectuer, dans un futur rapproché, de nouvelles recherches qui nous permettront d'avoir un portrait plus global et plus détaillé des petits lieux d'art et de spectacles à Montréal.

Remerciements

Ce rapport a été rendu possible grâce à la participation financière de la Ville de Montréal et du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Nous remercions les partenaires de l'*Entente sur le développement culturel de Montréal 2008-2011* de leur importante contribution.

Équipe de rédaction

Rédaction et photographies **Sébastien Croteau**

Révision **René Flageole**

Infographie **Martin Giroux**