



Programmation 2018-2019

Préparée par
Christine Lavoie, coordonnatrice SPAASI

Le 5 juin 2018

TABLE DES MATIÈRES

A. PRÉFACE	4
B. MANDAT SPAASI	4
C. VOILETS D'ACTIVITÉS	5
D. PROJETS 2018-2019	6
Concertation, partenariats et croissance	6
FrancoFête en Acadie	7
Foire commerciale	9
Démarchage	11
E. CALENDRIER	13
F. INDICATEURS DE RENDEMENT ET OBJECTIFS CIBLES	14
G. POLITIQUES SPAASI	
Sélection des délégués internationaux	19
Sélection des artistes acadiens en vitrine	21
H. BUDGET (voir document Excel)	22
I. OBJECTIF 2023 : PLAN D'EXPORTATION STRATÉGIQUE et PLAN D'EFFICIENCE (voir document PDF)	23

A. PRÉFACE

La Stratégie de promotion des artistes acadiens sur la scène internationale (SPAASI) a complété en 2017-2018 un exercice majeur de consultation publique, suivi de la réalisation d'un nouveau plan quinquennal d'exportation incluant un plan d'efficience et un plan d'action¹, via la firme de consultants NuFocus (voir section H).

À la lumière des informations recueillies par les consultantes et les recommandations qui s'en sont suivies, la SPAASI propose d'entamer cette année un important exercice de réaligement afin de mieux répondre aux besoins identifiés par les membres de la communauté artistique et culturelle acadienne. En ce sens, sa programmation 2018-2019 servira de première année du plan quinquennal.

Parmi les recommandations les plus importantes entérinées par la Société Nationale de l'Acadie (SNA) en février dernier, on y retrouve la remise en place d'un comité de gestion panatlantique et la création de sous-comités sectoriels, dans le but de développer des stratégies d'exportation et de collaboration gagnantes pour l'ensemble des industries artistiques et culturelles acadiennes du Canada atlantique.

D'ici là, la SPAASI propose de continuer les activités du secteur musical pour ne pas perdre le momentum durement gagné, mais à un niveau moindre, de façon à permettre une transition graduelle vers l'opérationnalisation des nouvelles recommandations.

Cette programmation reflète les changements à venir au cours de la saison 2018-2019.

B. MANDAT SPAASI

La SPAASI a pour mandat le soutien à la commercialisation des œuvres et produits culturels de l'Acadie à l'international. Lors de l'exercice de consultation publique, les consultantes ont identifié les axes stratégiques suivants :

1. Axes stratégiques

- ✓ Promotion de l'Acadie comme lieu de création
- ✓ Information et formation de préparation à l'exportation
- ✓ Développement des marchés
- ✓ Positionnement dans les marchés
- ✓ Renforcement de l'écosystème local en vue de l'exportation

2. Axes transversaux

- ✓ Accès au financement
- ✓ Collaboration stratégique
- ✓ Intégration/Expansion de la numérisation

¹ « Rapport Objectif 2023 : Plan d'exportation stratégique », « Plan d'efficience » et « Plan d'action 2018-2019 » par Janice Goguen de NuFocus et Marie-Renée Duguay, Octobre 2017

C. VOLETS D'ACTIVITÉS

Les activités de commercialisation de la SPAASI se divisent en quatre grandes catégories :

- **Concertation, partenariats et croissance** : Rencontres de la SPAASI avec ses partenaires atlantiques pour la planification/organisation des activités SPAASI (incluant la FrancoFête, le comité-conseil et les comités sectoriels).
- **FrancoFête en Acadie** : Événement phare pour la SPAASI depuis près de 20 ans, spécialisé en arts de la scène. La SPAASI organise le volet international de cette rencontre professionnelle, incluant l'accueil de la délégation internationale, la vitrine export et les activités de réseautage et de professionnalisation pour les exportateurs acadiens.
- **Foire commerciale** : Rencontre professionnelle présentée en territoire étranger entre des acheteurs internationaux potentiels et des membres de l'industrie culturelle acadienne, incluant des vitrines, des rencontres d'affaires et des activités de réseautage et professionnalisation.
- **Démarchage** : Participation à des événements professionnels existants afin de repérer de nouveaux acheteurs et collaborateurs internationaux potentiels et pour la cueillette de l'intelligence compétitive.

1. **CONCERTATION, PARTENARIATS ET CROISSANCE**

Rencontres de la SPAASI avec ses partenaires atlantiques pour la planification/organisation des activités SPAASI (incluant la FrancoFête, le comité-conseil et les comités sectoriels).

Cette démarche s'inscrit dans le cadre des priorités identifiées par le nouveau plan d'exportation, avec l'objectif de rassembler davantage les différents partenaires (culturels et financiers) pour l'élaboration de stratégies communes, de mieux représenter les artistes des quatre provinces atlantiques, et de répondre aux besoins de toutes les disciplines artistiques, et ce, selon leur positionnement respectif dans le continuum d'exportation.

NOUVEAU en 2018!

- Comité-conseil : Ce nouveau comité veillera à la mise en place du nouveau plan d'exportation de la SPAASI et la validation des activités proposées par les comités sectoriels auprès du conseil administratif de la SNA. Il sera composé des représentants des organismes artistiques et culturels provinciaux.
- Comités sectoriels : Ces nouveaux comités serviront à mieux identifier les besoins et les stratégies d'exportation spécifiques à chaque discipline artistique, incluant la musique, le théâtre/cirque, la danse, le cinéma, les arts visuels et les arts littéraires. La composition des comités sera représentative de l'industrie du secteur, incluant, entre autres, des organismes artistiques, des entrepreneurs culturels et des artistes professionnels.
- Stagiaires : La SNA entreprendra des démarches d'embauche de stagiaires pour appuyer la SPAASI en cette année de transition, particulièrement en ce qui concerne la gestion du numérique. Cette approche permettra un transfert de connaissances vers des administrateurs culturels de la relève.

ACTIVITÉS:

- a) Mise en place du nouveau comité-conseil de la SPAASI.
- b) Formation des nouveaux comités sectoriels.
- c) Rencontres avec les partenaires financiers.
- d) Revue et mise à jour en profondeur du CRIA (www.acadie-export.ca).
- e) Organisation d'un grand rassemblement des partenaires pour identifier et valider les stratégies sectorielles et les activités 2019-2020.
- f) Continuer les rencontres avec les partenaires existants.
- g) Initier des rencontres avec de nouveaux partenaires potentiels qui pourront aider à avancer les secteurs.
- h) Développer des outils marketing servant à la promotion des artistes acadiens sur la scène internationale.

2. FRANCOFÊTE EN ACADIE (VOLET INTERNATIONAL)

Événement phare pour la SPAASI depuis près de 20 ans, spécialisé en arts de la scène. La SPAASI organise le volet international de cette rencontre professionnelle, incluant la délégation internationale, la vitrine export et les activités de réseautage et de professionnalisation pour les exportateurs acadiens.

La 22^e édition de la FrancoFête en Acadie (FFA) aura lieu du 7 au 11 novembre 2018, à Dieppe et Moncton, au Nouveau-Brunswick.

NOUVEAU en 2018!

- Repositionnement du partenariat avec RADARTS : La SPAASI a choisi cette année de transition pour revoir son entente avec les organisateurs de la FrancoFête afin de mieux répondre aux besoins de l'industrie des arts de la scène en termes d'exportation. La SPAASI souhaite travailler en étroite collaboration avec Radarts pour un meilleur partage des dépenses et des responsabilités, et assurer le succès de l'événement.
- Intégration des artistes internationaux dans la programmation SPAASI : Les artistes originaires des pays partenaires seront intégrés aux activités SPAASI dans le but de démontrer l'importance de la réciprocité et la collaboration entre l'Acadie et l'international.
- Rencontre du comité-conseil : La SPAASI profitera de la FrancoFête pour organiser une rencontre des membres de son nouveau comité-conseil, et pour préparer le grand rassemblement des comités sectoriels à venir.

ACTIVITÉS:

- a) Rencontres de consultation avec le comité sectoriel « musique » pour la sélection des délégués internationaux et l'élaboration des activités du volet international SPAASI.
- b) Participation de la SPAASI comme membre du jury pour la sélection des vitrines, avec une attention particulière sur les vitrines internationales.
- c) Organisation du jury pour les vitrines du Prix Marc-Chouinard et accueil des récipiendaires.
- d) Repérage, invitation et accueil d'une vingtaine de professionnels internationaux de l'industrie des arts de la scène pour découvrir et acheter les produits culturels acadiens.
- e) Organisation des activités de réseautage et de rencontres d'affaires entre les exportateurs acadiens et les professionnels internationaux, incluant :
 - ✓ « *Acadie 101* » : Circuit découverte de lieux artistiques et culturels acadiens importants pour mieux comprendre l'histoire et la modernité acadienne, avec artistes et conférenciers invités. Ouvert aux exportateurs acadiens et aux professionnels internationaux.
 - ✓ « *Réception de bienvenue SPAASI* » : Mot de bienvenue de la part de la SNA/SPAASI aux professionnels internationaux suivi d'un cocktail dinatoire de réseautage entre les exportateurs acadiens et les délégués internationaux. Ouvert aux exportateurs acadiens et aux professionnels internationaux.

- ✓ « *Vitrine internationale SPAASI* » : Présentation en vitrine officielle de six artistes acadiens prêts à l'export, accompagnée d'activités de réseautage organisées, précédées d'un repas mettant en vedette les produits du terroir. Ouvert aux exportateurs acadiens, aux professionnels internationaux.
 - ✓ « *Souper des internationaux* » : Repas convivial de réseautage entre les membres de la délégation internationale, les exportateurs acadiens et les partenaires SPAASI.
 - ✓ « *Compterendu* » : Session de débriefing avec les internationaux pour connaître leurs intentions de programmation, précédée d'un apéro avec les exportateurs acadiens.
- f) Organisation des programmes de professionnalisation pour les exportateurs acadiens, incluant :
- ✓ « *Programme d'accompagnement à la vitrine internationale* » : Coaching scénique aux six artistes acadiens en vitrine internationale SPAASI. Les participants recevront un accompagnement privilégié de la part de formateurs internationaux et locaux pendant toute la durée de la FrancoFête en ce qui a trait à la préparation et la présentation d'une vitrine visant le marché européen et à la commercialisation du produit proposé vers ce marché. Deux de ces artistes seront ensuite sélectionnés pour un accompagnement à long terme.
 - ✓ « *Programme de perfectionnement des mentors acadiens* » : Des formateurs locaux seront aussi invités à contribuer au programme d'afin d'encourager le transfert des connaissances entre les formateurs des deux territoires, avec la possibilité de poursuivre l'échange lors de rencontres/formations à l'international. Nourris des échanges avec les formateurs internationaux, ces professionnels acadiens auront une meilleure perspective des attentes des diffuseurs européens, et pourront ainsi continuer leur travail d'accompagnement dans cette même démarche. L'industrie culturelle acadienne locale, appuyée de cette nouvelle vague de directeurs artistiques et formateurs qualifiés pour le marché européen, en sera renforcie (ex. : Congrès mondial acadien 2019, Jeux de la Francophonie 2021, et autres événements internationaux majeurs).
 - ✓ « *Prix Marc-Chouinard* » : Remise de prix pour une vitrine officielle dans le cadre d'événements partenaires (Festival Pause Guitare en France, Festival FrancoFaune et/ou ProPulse en Belgique, et Voix de Fête en Suisse). En plus de la vitrine, la SPAASI remet aux récipiendaires une bourse de 2000 \$ pour appuyer leur stratégie en commercialisation internationale. La SPAASI souhaite étendre cette entente avec les États-Unis (Maine et/ou Louisiane) en 2018-2019.

À noter que d'autres activités pourront être ajoutées au cours des prochains mois, suite aux besoins et priorités identifiés par le comité musique.

Plusieurs autres activités seront également offertes par RADARTS aux participants inscrits (payantes), dont une quarantaine de vitrines avec l'objectif de 50 % d'artistes acadiens, la réception d'ouverture, un panel, un cercle d'auteurs-compositeurs, des rencontres éclair et le gala de remise des prix.

À noter que l'ensemble des activités présentées par la SPAASI sont offertes gratuitement à tous les exportateurs acadiens.

3. FOIRE COMMERCIALE

Rencontre professionnelle présentée à l'international entre des acheteurs internationaux potentiels et des membres de l'industrie culturelle acadienne, incluant des vitrines, des rencontres d'affaires et des activités de réseautage et professionnalisation.

La SPAASI propose de refaire l'événement « *La Fable du Bison et du Homard* » présenté au Centre culturel canadien à Paris en mars 2016, en collaboration avec Manitoba Musique (représentant l'Ouest canadien). Cette nouvelle édition aura lieu en mars 2019.

La formule prouvée reste la même avec 5 artistes acadiens et 3 artistes de l'Ouest en vitrines, distribuées sur deux soirées de concerts, chacune précédée de rencontres d'affaires et d'une réception d'accueil des professionnels. Une soixantaine de professionnels seront ainsi attendus et les concerts seront ouverts au public.

En ce sens, plusieurs partenaires internationaux ont déjà exprimé leur intérêt à se joindre au projet, incluant le *Centre culturel canadien*, le magazine musical *Longueur d'Ondes* et la salle de spectacle *Le Pan Piper*, tous à Paris.

NOUVEAU en 2018!

- Bruxelles/Genève : En plus de la vitrine à Paris, la SPAASI explore présentement la possibilité de présenter une deuxième vitrine acadienne, soit lors du Festival ProPulse à Bruxelles ou au Festival Voix de Fête à Genève. Il serait ainsi possible de coordonner les dates de production de la Fable avec un de ces événements et ainsi maximiser la présence d'artistes acadiens sur ce territoire.
- Professionnalisation : Les exportateurs seront invités à préparer cette vitrine lors d'une formation personnalisée en coaching scénique, avec des professionnels européens locaux et de l'Acadie (suite au programme de la FrancoFête), à Paris, dans les jours précédant la vitrine. Les artistes seront également amenés à développer un parcours de formation/développement complémentaire afin de maximiser leur passage sur ce territoire (ex. : enregistrement avec un artiste local, vidéoclip, rencontre de labels, etc.). Cette approche permettra d'aider les artistes à adapter leur produit au marché européen, à se sentir plus à l'aise lors de leur performance, à développer des contacts artistiques locaux, et ainsi à augmenter considérablement leur chance de plaire aux acheteurs potentiels.
- Intégration d'artistes internationaux dans la programmation SPAASI : Au moins un artiste originaire des pays partenaires sera intégré aux activités SPAASI dans le but de démontrer l'importance de la réciprocité et la collaboration entre l'Acadie et l'international.
- Communications : Pour cette édition, la SPAASI mettra l'accent particulièrement sur les relations médiatiques en amont et pendant l'événement afin d'appuyer les artistes dans leur démarche et pour mieux communiquer l'événement auprès d'acheteurs potentiels dans les marchés visés.

ACTIVITÉS:

- a) Rencontres de consultation avec le comité sectoriel « musique » pour le repérage d'acheteurs internationaux potentiels et l'élaboration des activités.
- b) Coordination des appels d'offres (vitrines, consultants, coordination, formateurs, etc.), du processus de sélection (jury, allocation des contrats) et de supervision (atteinte des objectifs).

- c) Communication en continue, claire et efficace avec tous les membres de la délégation canadienne et les partenaires financiers, incluant un soutien particulier aux représentants professionnels acadiens pour bien se préparer à cet événement.
- d) Production de l'événement en partenariat avec Manitoba Musique et tous les autres partenaires (acadiens, canadiens, internationaux), incluant la mise en place d'ententes de collaboration, afin de minimiser le risque financier, tout en maximisant les retombées potentielles. En unissant nos forces, nous serons en mesure de présenter une foire commerciale de qualité, ce qui permettra d'atteindre plus rapidement les objectifs de développement des marchés internationaux. À noter que les exportateurs demeurent responsables de leur déplacement international et des frais de séjour sur place.
- e) Voici un bref aperçu des activités professionnelles qui seront présentées:
- ✓ « Coaching scénique » : Formations prévitriennes pour les artistes, sur le lieu du concert. Travail de groupe et individuel sur scène, avec des professionnels européens, pour adapter et/ou raffiner leur produit culturel au marché parisien/français/européen.
 - ✓ « Acadie VIP » : Réception d'accueil des professionnels avant chaque concert. Présentation de l'Acadie (ex.: géographie, histoire, culture, exportation, etc.) via une approche multidisciplinaire (arts visuels et littéraires, film, etc.). À noter que des professionnels de ces disciplines seront également invités à cette foire commerciale.
 - ✓ Salon contact : Opportunité de rencontres éclair et de rencontres d'affaires privées, préétablies selon les besoins de l'artiste, entre les représentants d'artistes et des professionnels ciblés, avant la réception d'accueil. La SPAASI sera sur place pour faciliter les échanges.
 - ✓ Soirées concerts : Deux soirées, chacune mettant en vedette 4 artistes différents (dont 5 au total pour l'Acadie). Vitrines de 45 minutes incluant le changement de scène. VIP pour les professionnels et ouvertes au public.
 - ✓ Tournée : Une fois les artistes sélectionnés, le coordonnateur du projet sera en mesure de les proposer à des programmeurs potentiels. Les agents pourront également ajouter des dates de spectacles pour rentabiliser leur déplacement sur ce territoire.
 - ✓ Seconde rencontre pro : Dans le cas où 3 artistes acadiens ou plus seraient retenus pour un concert dans une autre région cible, la SPAASI profitera de cette occasion pour inviter les professionnels locaux à une soirée pro VIP avant ce concert.

4. DÉMARCHAGE

Participation à des événements professionnels existants afin de repérer de nouveaux acheteurs et collaborateurs internationaux potentiels, et pour la cueillette de l'intelligence compétitive.

Puisque la SPAASI entame cette année un exercice de transition majeur, et comme mesure exceptionnelle, la SPAASI a élu d'effectuer un seul démarchage en musique afin de permettre des démarchages à l'intention des autres disciplines artistiques.

NOUVEAU en 2018!

- Prix Marc-Chouinard Acadie-France/Albi : Lors de la dernière FrancoFête en Acadie (novembre 2017), la SPAASI et RADARTS signaient une entente de collaboration pluriannuelle avec le Festival Pause Guitare pour la présentation en vitrine officielle d'un artiste/groupe originaire du pays partenaire. L'artiste acadien Shaun Ferguson y sera donc présenté en vitrine officielle et, comme prévu, la SPAASI sera sur place pour faire aussi la présélection des artistes invités à soumettre leur candidature à la FFA 2019.
- Nouvelles disciplines : En ajoutant deux démarchages réservés aux nouvelles disciplines, la SPAASI s'assure que les objectifs du nouveau plan d'exportation seront atteints. Dans le cas où ces nouveaux démarchages ne seraient pas confirmés dans les mois à venir, la SPAASI pourra toujours participer aux événements partenaires existants dans le secteur de la musique, soit à FrancoFaune en Belgique et à Voix de Fête en Suisse.

ACTIVITÉS:

- a) **FESTIVAL PAUSE GUITARE, du 3 au 8 juillet 2017 – Albi, France** : Le festival Pause Guitare a toujours proposé une programmation diversifiée et pointue. En 2016, 118 concerts ont été joués pendant 6 jours sur 8 espaces différents auprès de 50 000 festivaliers. Il s'agit du premier festival chanson et musiques actuelles de la région Midi-Pyrénées du sud de la France, une région cible de la SPAASI. Outre la grande scène et ses grands noms (de Elton John à Francis Cabrel, en passant par ZZ Top), le festival se remarque aussi par sa programmation alternative, permettant à de nombreux artistes non repérés et hors des habituels sentiers médiatiques d'être exposés au public à l'occasion de premières parties ou sur les scènes découvertes. Sans cesse à la recherche de la « perle rare », Arpèges & Trémolos milite et agit de façon concrète en faveur de la découverte dans le domaine de la chanson.

Pause Guitare met en avant la chanson francophone par l'intermédiaire de plusieurs actions, dont l'accueil de plus de 150 professionnels de l'industrie de la musique sur les scènes découvertes, et plusieurs partenariats à l'international sur la diffusion artistique, en particulier avec le Québec et l'Acadie, afin de faire connaître la richesse des artistes de la francophonie canadienne.

Depuis quatre ans, les artistes acadiens ont une place importante dans la programmation découverte du festival, via la scène « *Expérience Acadie* ». L'édition 2018 inclut **Thomé Young, Cédric Vieno, Spoutnik et Shaun Ferguson**. Une rencontre professionnelle dédiée à l'Acadie aura également lieu au Café Plum, à Lautrec, suivie d'un repas offert par l'Acadie. À noter que le producteur des activités acadiennes à Albi est **François Émond** de Productions KLEF, avec le soutien de Musicaction et du gouvernement du Nouveau-Brunswick. **Carole Chouinard**, représentante professionnelle de Thomé Young et

Spoutnik, sera également sur place, ainsi que **Karl Ouchet**, représentant français de Shaun Ferguson. D'autres rencontres professionnelles sont prévues pendant le festival, incluant les vitrines « *Les Québecofolies* », la scène « Wallonie-Bruxelles », la scène SACEM et le Prix Magyd-Cherfi. La SPAASI souhaite y repérer de nouveaux professionnels potentiels pour les inviter à la prochaine FrancoFête en Acadie et continuer à développer ses relations d'affaires avec la région Occitane et les autres régions représentées au festival.

- b) **ARTS VISUELS** : La SPAASI a identifié deux opportunités de développement dans ce secteur, soit :
- ✓ SOFA EXPO, du 1 au 4 novembre 2018 – Chicago, États-Unis : mission d'observation à l'invitation de l'Alliance des métiers d'art du Canada-atlantique, qui y présente depuis quelques années plusieurs artistes anglophones, et qui souhaiterait une meilleure représentation des artistes acadiens. La SPAASI y évaluera le potentiel de développement pour les artistes acadiens dans ce secteur afin d'établir les bases d'une collaboration future, si tel était le cas.
 - ✓ TOURNÉE DES COMMISSAIRES, février 2019 – France/Belgique/Suisse : visite de lieux d'exposition et de résidences par des commissaires et galeries publiques et privées acadiennes pour repérer les opportunités d'exposition et/ou de collaboration potentielles. Une initiative de la galerie publique de l'Université de Moncton, en collaboration avec l'Association des groupes en arts visuels (AGAVF) et la SPAASI.
- c) **AUTRES SECTEURS** : Au fur et à mesure que les nouveaux comités sectoriels seront mis en place, des opportunités de démarchage feront surface. Dans le cas où une mission serait ciblée comme prioritaire, cette activité permettra de répondre à ce besoin en démarchage dès la première année de l'implantation du nouveau plan d'exportation de la SPAASI. Les secteurs préconisés à ce jour sont les arts littéraires (Foire du livre de Francfort, en collaboration avec le FBM 2020) et le théâtre (Zones Théâtrales). La SPAASI fera appel à des expert/formateurs pour aider les exportateurs acadiens à bien se préparer pour cette foire commerciale (ex. : ateliers, mentorat, documents).

E. CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS 2018-2019

Activités	avr	mai	jui	juil	aoû	sep	oct	nov	déc	jan	fév	mar
1 COMITÉS : Rencontre de concertation des partenaires SPAASI En Acadie							9-10					
2 DÉMARCHAGE : (musique) Festival Pause Guitare Albi, FR				3-8								
3 DÉMARCHAGE : (arts visuels) SOFA Expo, Chicago, ÉU Tournée des commissaires, FR/BE/CH								1-4			4-11	
4 FRANCOFÊTE EN ACADIE : Volet International SPAASI Moncton, CA								7-11				
5 FOIRE COMMERCIALE : (musique) Fable du Bison Homard Paris, FR											18-25	

F. INDICATEURS DE RENDEMENT ET OBJECTIFS CIBLES

Processus d'évaluation

Les indicateurs suivants ont été développés de façon à mieux évaluer l'impact des activités de développement des marchés internationaux présentées par la SPAASI. Les résultats sont mesurés à l'aide de sondages volontaires auprès des participants aux activités et doivent être ainsi considérés comme une représentation approximative des résultats réels. La SPAASI distribue ces sondages aux acheteurs et exportateurs participants environ trois mois après la fin des activités. Les résultats sont compilés et présentés avec le rapport d'activités annuel de la SPAASI.

En plus de certains indicateurs de rendement, l'APÉCA requiert également que le sondage « *Enquête sur la formation* » soit distribué aux artistes exportateurs lors des activités SPAASI. Les objectifs premiers de ces activités de formation sont le perfectionnement des compétences à l'exportation (ex. ateliers, formation, mentorat, etc.) ainsi que les activités de vitrine, de rencontres d'affaires et de réseautage.

Nouveaux indicateurs

Cette année, de nouveaux indicateurs ont été ajoutés pour mieux refléter les changements engendrés par le nouveau plan d'exportation SPAASI.

SURVOL DES <u>NOUVEAUX</u> INDICATEURS	Cibles 2018-2019
1. Nombre de comités de concertation mis en place	4, incluant : - 1 comité-conseil - 3 comités sectoriels (musique + 2 nouveaux)
2. Nombre de rencontres de concertation	14 incluant : - 3x comité conseil - 2x comités sectoriels (x 3 secteurs) = 6 - 8x partenaires financiers - 1x tous les comités et partenaires
3. Nombre de stagiaires	1 stagiaire - développement numérique - coordination de projet
4. Nombre de contractuels experts en développement de marché	4

Indicateurs récurrents

La SPAASI collecte les résultats des indicateurs de rendement suivants depuis 2011. Au cours de la prochaine année, les membres des comités sectoriels seront amenés à réviser ces indicateurs et à développer de nouveaux indicateurs sectoriels et collectifs.

SURVOL DES INDICATEURS	Cibles 2018-2019	Cibles 2017-2018	Résultats 2016-2017	Résultats 2015-2016	Résultats 2014-2015	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013	Résultats 2011-2012
Nombre d'artistes en vitrine internationale	36 ²	36	42	55	75	50	56	28
Nombre d'artistes en vitrine ayant reçu une offre d'achat	18/36 ou 50% ³	15/36 ou 50%	11/42 ou 26%	25/55 ou 46%	31/75 ou 41%	24 ou 48%	31 ou 55%	16 ou 57%
Nombre d'artistes/groupes acadiens ayant exporté	32	32	23	38	30	32	30	15
Nombre d'artistes/groupes acadiens ayant exporté membre CRIA	24/32 ou 75%	24/32 ou 75%	18/23 ou 78%	22/38 ou 58%	23/30 ou 77%	24 ou 75%	24 ou 80%	-
Nombre d'artistes/groupes acadiens ayant exporté et ayant participé aux activités de développement des marchés internationaux organisées par la SPAASI	12/24 ou 50%	12/24 ou 50%	22/23 ou 96%	22/22 ou 100%	26/30 ou 87%	19 ou 59%	19 ou 63%	-
Nombre de participants acadiens (uniques) aux activités SPAASI	60	54	61	60	118	57	59	-
Nombre de professionnels internationaux rencontrés	110	110	141 98 uniques	84 79 uniques	41 40 uniques	51 51 uniques	98 78 uniques	25
Nombre de nouveaux délégués internationaux (uniques)	52	52	53	33	30	29 ou 57	57	-

FRANCOFÊTE EN ACADIE	Cibles 2018-2019	Cibles 2017-2018	Résultats 2016-2017	Résultats 2015-2016	Résultats 2014-2015	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013	Résultats 2011-2012
Nombre d'artistes ou groupes acadiens en vitrine	30	30	37	43	33	42	33	28
*Nombre de <u>nouveaux</u> exportateurs en vitrine (n'ayant jamais exporté auparavant)	10	10	21	31	20	27	3	-
Nombre d'exportateurs (nouveaux et établis) ayant reçu au moins une offre de spectacle vers un marché international suite à l'événement	15/30 ou 50%	15/30 ou 50%	24/37 ou 64%	15/43 ou 50%	6/33 ou 19%	21 ou 50%	19	16
*Nombre d'exportateurs ayant reçu une offre vers un nouveau marché (pour cet exportateur)	8/15 ou 53%	8/15 ou 53%	21/24 ou 86%	12/12 ou 50%	n/a	16 ou 77%	15	-
*Nombre d'artistes et professionnels acadiens uniques résidant en Atlantique ayant pris part aux activités de la SPAASI lors de l'événement	30	30	61	50	8	44	51	-
Nombre de délégués internationaux invités par la SPAASI	30	30	32	29	6	34	35	18
Nombre de nouveaux délégués internationaux	15/30 ou 50%	12/30 ou 40%	20/32 ou 63%	15/29 ou 52%	4/6 ou 67%	14	22	5
Nombre de nouveaux délégués internationaux provenant de nouveaux marchés (nouveaux pour la SPAASI)	7/15 ou 50%	6/12 ou 50%	6/20 ou 30%	8/15 ou 53%	3/4 ou 75%	11 ou 79%	8	-

² Chiffre conservateur, étant donné que la SPAASI n'a pas de contrôle sur le choix des vitrines.

³ Chiffre conservateur, puisque variable selon les styles musicaux en vitrine.

Nombre d'acheteurs potentiels (diffuseurs et collaborateurs)	27/30 ou 90%	24/30 ou 80%	32/32 ou 100%	29/29 ou 100%	4/5 ou 80%	32 ou 94%	33	13
Nombre de diffuseurs parmi les acheteurs potentiels	15/27 ou 55%	13/24 ou 55%	25/32 ou 78%	22/29 ou 76%	3/5 ou 60%	22 ou 69%	21	-
Nombre de diffuseurs ayant fait au moins une offre d'achat de spectacle suite à l'événement	9/15 ou 60%	8/13 ou 60%	18/25 ou 71%	17/22 ou 75%	3/3 ou 100%	15 ou 83%	25	-
Nombre de nouveaux projets potentiels ou de projets déjà en cours pour la SPAASI (ex.: foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, etc.)	4	4	4	3	1	5	5	-
Nombre de personnes jointes via Facebook SPAASI concernant l'événement	5 000	5 000	23 451	20 335	3 867	2 329	211	-

FOIRE COMMERCIALE	Cibles 2018-2019	Cibles 2017-2018	Résultats 2016-2017	Résultats 2015-2016	Résultats 2014-2015	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013 (2 activités)	Résultats 2011-2012
Nombre d'artistes ou groupes acadiens en vitrine	6	6	ANNULÉ	5	42	8	23	-
Nombre d'exportateurs (nouveaux et établis) ayant reçu au moins une offre de spectacle vers un marché international suite à l'événement	5/6 ou 80%	5/6 ou 80%		5/5 ou 100%	10/17 ou 59%	40% ou 3,2	12,3	-
* Nombre d'exportateurs ayant reçu une offre vers un nouveau marché (nouveau pour cet exportateur)	3/6 ou 50%	3/6 ou 50%		4/5 ou 80%	9/10 ou 90%	3	9,5	-
*Nombre d'artistes et professionnels acadiens uniques résidant en Atlantique ayant pris part aux activités de la SPAASI lors de l'événement	24	24		14	118	18	23	-
Nombre de délégués internationaux invités par la SPAASI	60	80		41	37	17	54	7
Nombre de nouveaux délégués internationaux	30/60 ou 50%	40/80 ou 50%		18/41 ou 44%	27/37 ou 73%	15 ou 88%	37	-
Nombre de nouveaux délégués internationaux provenant de nouveaux marchés (nouveaux pour la SPAASI)	15/30 ou 50%	20/40 ou 50%		13/18 ou 72%	9/27 ou 33%	15 ou 100%	20	-
Nombre d'acheteurs potentiels (diffuseurs et collaborateurs)	45/60 ou 75%	60/80 ou 75%		39/41 ou 95%	32/37 ou 86%	15 ou 88%	49	5
Nombre de diffuseurs parmi les acheteurs potentiels	25/45 ou 55%	30/60 ou 50%		18/39 ou 46%	22/32 ou 69%	12 ou 80%	28	-
Nombre de diffuseurs ayant fait au moins une offre d'achat de spectacle suite à l'événement	15/25 ou 60%	15/30 ou 50%		n/a	7/8 ou 88%	9 ou 73%	24,4	-
Nombre de nouveaux projets potentiels ou de projets déjà en cours pour la SPAASI (ex.: foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, etc.)	4	4		4	4	2	11	-
Nombre de visites sur Facebook SPAASI reliées à l'événement	2000	2000		5 988	6 715	592	137	-
Nombre d'inscriptions à la prochaine Francofête	10/60 ou 15%	12/80 ou 15%	n/a	1/6 ou 17%	6 ou 35%	16	-	

DÉMARCHAGES	Cibles 2018-2019		Cibles 2017-2018		Résultats 2016-2017 (3 activités)	Résultats 2014-2015 (5 activités)	Résultats 2014-2015 (3 activités)	Résultats 2013-2014 (3 activités)	Résultats 2012-2013 (3 activités)	Résultats 2011-2012
	par activité	total de 3	par activité	total de 4						
Nombre de nouveaux contacts dans ce marché	10	30	10	40	36	74	61	39	15	12
Nombre de rencontres d'affaires avec des acheteurs potentiels	5	15	5	20	20	47	19	34	23	3
Nombre de rencontres d'affaires avec d'autres délégations francophones pour la cueillette de l'intelligence compétitive	1	3	1	4	7	12	9	4	3	3
Nombre de nouveaux projets potentiels pour la SPAASI (ex. : foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, financement, etc.)	2	6	2	8	10	9	6	10	2	3
Nombre de visites sur Facebook SPAASI pendant l'événement	500	1500	500	2000	13 911	27 377	2 705	432	518	90
Nombre d'inscriptions à la prochaine Francofête	2/10 ou 20%	2/10 ou 20%	2/10 ou 20%	8/40 ou 20%	18/36 ou 50%	32	2	9	9	2

CENTRE DE RESSOURCES INTERNATIONALE ET ACADIENNE (CRIA)	Cibles 2018-2019	Cibles 2017-2018	Résultats 2016-2017	Résultats 2015-2016	Résultats 2014-2015	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013	Résultats 2011-2012
Nombre total de visites (sessions)	7 000	7 000	7 262	7 171	7 559	7 175	7 717	877
Nombre de visiteurs uniques	5 000	5 000	896	5 474	6 034	4 593	4 176	614
Nombre de visiteurs internationaux	3 500/7 000 ou 50%	3 500/ 7 000 ou 50%	4 502/7 000 ou 61%	3 155/7 171 ou 44%	3 544/7 559 ou 47%	3085/7175 ou 43%	4 089	614
Nombre de professionnels internationaux inscrits	400	400	256	353	256	-	-	-
Nombre de nouveaux professionnels inscrits	50	50	0	97	41	308	98	36
Nombre de profils d'exportateurs acadiens sur le CRIA en musique	60	56	55	46	44	41	35	31
Nombre de nouveaux profils en musique	4	4	5	4	3	6	4	-
Nombre de nouveaux profils (toutes les disciplines)	4	6	5	4	9	73	-	-
Nombre total de profils d'exportateurs acadiens sur le CRIA (toutes les disciplines)	150	145	130	121	122	114	35	-
Nombre d'exportateurs acadiens utilisateurs du site	30/60 ou 50%	28/56 ou 50%	12/55 ou 21%	20/46 ou 44%	24/42 ou 57%	71 ou 29%	26 ou 71%	-
Nombre d'exportateurs acadiens ayant réalisé une vente grâce au CRIA	30/60 ou 50%	11/28 ou 40%	7/12 ou 57%	13/46 ou 29%	8/34 ou 24%	30 ou 9%	11 ou 21%	-
Total des ventes rapportées	800 000\$	800 000\$	489 900\$	957 600\$	912 000\$	825 000\$	410 000\$	287 700\$

INDICATEURS de l'APÉCA

Voici les cibles identifiées par l'APÉCA pour 2017-2018 et 2016-2017. Les cibles 2018-2019 seront préparées par l'APÉCA avec l'entente de contribution 2018-2019.

INDICATEURS DE L'APECA 2017-2018	Cible 2017-2018	Résultat 2017-2018
1. FrancoFête en Acadie		
Nombre d'artistes acadiens en vitrine	30	
Nombre de nouveaux exportateurs en vitrine	10	
Nombre d'exportateurs qui se diversifient dans un nouveau marché	8	
Nombre de rencontres d'affaires avec des acheteurs potentiels (30 internationaux x 30 artistes acadiens)	900	
2. Foires commerciales		
Nombre d'artistes acadiens en vitrine	6	
Nombre d'exportateurs qui se diversifient dans un nouveau marché	3	
3. Démarchages		
Nombre de rencontres d'affaires avec des acheteurs potentiels	20	
Nombre d'inscription d'acheteurs internationaux à la prochaine FrancoFête	8	

INDICATEURS DE L'APECA 2016-2017	Cible 2016-2017	Résultat 2016-2017
1. Nombre de nouveaux exportateurs		
FrancoFête 2016	10	21
2. Nombre d'exportateurs à de nouveaux marchés		
FrancoFête 2016	8	21
3. Nombre de clients qui ont participé à des activités d'apprentissage et de perfectionnement des compétences (incluant le réseautage et les rencontres d'affaires)		
FrancoFête 2016	30	61
4. Nombre de rencontres d'affaires avec des acheteurs potentiels		
- Pour le volet démarchage (min. 5 rencontres/démarchage)	15	20
- FrancoFête 2016 (25 pros x 30 artistes)	750	1 184
5. Total des ventes rapportées par le Centre de ressources international et acadien (CRIA)	Entre 500 000\$ et 600 000\$	489 900 \$

G. POLITIQUES SPAASI

POLITIQUE 1.0: SÉLECTION DES PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX ÉLIGIBLES À LA PRISE EN CHARGE PAR LA SPAASI POUR LA FRANCOFÊTE

Établie le 28 août 2012, révisée le 18 mai 2017



1. DÉFINITIONS

- 1.1. **Professionnel international** (aussi appelé **délégué**): personne œuvrant dans l'industrie de la musique ou d'une autre discipline artistique, reconnue et recommandée par ses pairs, et dont les activités et/ou le centre d'expertise résident dans un pays autre que le Canada.
- 1.2. **Acheteur**: professionnel apte et intéressé à appuyer les démarches d'exportation des artistes acadiens, en tant que **diffuseur** ou **programmeur**, mais peut aussi inclure un **booker**, un **tourneur**, un **producteur**, offrant un paiement pour les services artistiques rendus, soit dans le cadre d'un événement professionnel (ex. bourse au spectacle, réseaux de diffusion, partenaires de prix internationaux) ou d'une performance artistique (ex. concert, festival, corporatif).
- 1.3. **Acheteur récurrent**: acheteur ayant acheté au moins un spectacle de deux artistes différents au cours des deux dernières années.
- 1.4. **Collaborateur**: professionnel apte et intéressé à appuyer les démarches d'exportation des artistes acadiens, en offrant des services rémunérés ou non (ex. agent/gérant, dj radio, éducateur, média spécialisé, maison de disque, etc.).
- 1.5. **Membre de soutien**: autre membre des industries satellites complémentaires aux démarches d'exportation des artistes acadiens (ex. regroupements professionnels, représentants gouvernementaux, médias généralistes).
- 1.6. **Nouveau délégué**: professionnel n'ayant jamais participé à la FrancoFête ou n'ayant pas participé à la FrancoFête depuis au moins trois ans.
- 1.7. **Marché**: espace géographique ciblé comme lieu de développement stratégique pour le développement de carrière d'artistes acadiens à l'international.
- 1.8. **Nouveau marché**: territoire dans lequel les artistes acadiens sont très peu présents, voire inexistant.
- 1.9. **Niveau d'engagement**: degré de participation d'un professionnel dans le développement d'un marché pour les artistes acadiens.
- 1.10. **Prise en charge**: contribution financière offerte pour un déplacement à la FrancoFête en Acadie, en tant que membre de la délégation SPAASI, selon le niveau d'engagement du délégué.

2. INDICATEURS DE RENDEMENT CIBLES

- 2.1. Les délégués seront choisis selon les indicateurs de rendement minimaux suivants :
 - 40 % de nouveaux délégués;
 - 80 % d'acheteurs, incluant 55 % de programmeurs.

3. PRIORITÉS

- 3.1. En plus des indicateurs de rendement cibles, la priorité sera attribuée de la façon suivante:
 - Partenaires dans le cadre de projets ou ententes initiées par la SPAASI;
 - Délégués qui sont en mesure de mieux répondre aux besoins d'exportation des artistes acadiens sélectionnés pour les vitrines de la FrancoFête;
 - Délégués qui souhaitent développer ou qui sont déjà en processus de développer un projet de collaboration majeur avec la SPAASI et/ou un artiste acadien;
 - Structures n'ayant pas ou peu reçu d'appui financier lors de leur dernière participation à la FrancoFête;

- Structures dont un seul représentant est présent.

4. PRISE EN CHARGE

4.1. Les délégués internationaux recevront une compensation financière pour leur déplacement, qui sera accordée selon leur niveau d'engagement :

TABLEAU DE PRISE EN CHARGE DÉLÉGATION INTERNATIONALE SPAASI À LA FRANCOFÊTE EN ACADIE ⁴		
Niveau d'engagement du délégué	Description	Prise en charge offerte
1 TOUS LES DÉLÉGUÉS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tous les professionnels inscrits comme membres de la délégation SPAASI à la FrancoFête en Acadie 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 100 % des frais d'inscription, 50 % pour une deuxième personne (maximum de deux personnes par structure) ✓ service navette aéroport-hôtel-aéroport ✓ service navette aux événements dans la programmation officielle ✓ plusieurs repas inclus dans l'inscription ✓ 100 % du billet de banquet ✓ trousse d'accueil et cahier contact
2 DÉCOUVERTE	<ul style="list-style-type: none"> ✓ qui n'a jamais programmé et/ou collaboré avec des artistes acadiens ✓ qui a déjà programmé et/ou collaboré avec des artistes acadiens il y a plus de 2 ans 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 des 5 nuits d'hôtel, la première étant à la charge du participant ✓ 50 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 500 \$ ✓ Tous les deux ans (ou choix entre hébergement ou le transport pour les années subséquentes)
3 PROFESSIONNELS et MÉDIAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ qui programme au moins 1 artiste acadien annuellement, ou 2 aux deux ans, depuis au moins 4 ans 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 des 5 nuits d'hôtel, la première étant à la charge du participant ✓ 50 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 500 \$ ✓ Sur une base annuelle
4 AMBASSADEURS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ qui programme 3+ artistes acadiens par année depuis au moins 5 ans 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 des 5 nuits d'hôtel ✓ 75 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 700 \$ ✓ Sur une base annuelle
5 PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Membres internationaux AREA ✓ Signataires Prix Marc-Chouinard ✓ Délégués spéciaux (invitation stratégique non récurrente) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 des 5 nuits d'hôtel ✓ 75 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 700 \$ ✓ Sur une base annuelle ✓ Petit-déjeuner
6 MENTORS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formateurs, panelistes et membres du jury SPAASI 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 des 5 nuits d'hôtel ✓ 100 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 700 \$ en provenance du Canada et 1 300 \$ de l'international, en classe économique
7 BONUS ⁵	<ul style="list-style-type: none"> ✓ qui signe un contrat avec un artiste acadien dans les 6 semaines suivant la FFA 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 75 % du billet d'avion, jusqu'à un maximum de 700 \$

⁴ À noter que le choix final des délégués sera fait selon les indicateurs de rendement cibles et les priorités identifiées dans la politique de sélection, ainsi que selon les disponibilités budgétaires approuvées.

⁵ Prime offerte pour inciter les professionnels à travailler avec des artistes acadiens. Incitatif à la programmation. Avec preuve (contrat signé) à l'appui.

POLITIQUE 3.0: SÉLECTION DES ARTISTES ACADIENS POUR LES VITRINES INTERNATIONALES SPAASI PRÉSENTÉES DANS LE CADRE DE LA FRANCOFÊTE EN ACADIE

Établie le 19 avril 2013, révisée le 18 mai 2017, 3 juin 2018



1. DÉFINITIONS

- 1.1. **Artiste:** Personne ou groupe de personnes (aussi appelé **Groupe artistique**), dont le travail de création artistique est original et à eux-mêmes;
- 1.2. **Artiste acadien:** Artiste francophone ou francophile, résidant dans et/ou originaire d'une des quatre provinces du Canada atlantique.

2. MISE EN CONTEXTE

- 2.1. La Stratégie de promotion des artistes acadiens sur la scène internationale (SPAASI) est un mécanisme de soutien facilitant la diffusion des artistes professionnels et la participation des industries culturelles à l'international. Ce volet de la Société Nationale de l'Acadie (SNA) a pour objectif de promouvoir l'Acadie comme lieu de création de qualité et de développer les marchés internationaux pour accroître la commercialisation des œuvres et produits culturels acadiens provenant des quatre provinces atlantiques dans ces marchés. Voir www.acadie-export.ca.

3. CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ

L'artiste doit avant tout:

- 3.1. Être un artiste ou un groupe artistique acadien;
- 3.2. Vouloir travailler à l'international et être disponible pour le faire.

L'artiste doit aussi rencontrer les critères suivants:

- 3.3. Avoir un projet visant le marché international, prêt à l'export ou en développement ;
- 3.4. Avoir une structure professionnelle de soutien ou démontrer sa capacité à autogérer sa carrière à l'international (agence, galerie, éditeur, producteur, etc.);
- 3.5. Être reconnu par ses pairs de l'industrie (critiques artistiques, nominations, recommandations, prix, etc.).

Une fois sélectionné, l'artiste devra:

- 3.6. Participer activement aux rencontres et activités SPAASI;
- 3.7. Devenir membre du CRIA pour une période d'au moins deux ans;
- 3.8. Fournir un rapport de fin de parcours à la SPAASI, au plus tard 12 mois après la fin de l'activité.

4. SÉLECTION

- 4.1. La sélection de l'artiste se fera par un jury mis en place par la SPAASI, selon les critères de sélection suivants :
 - 4.1.1. Potentiel d'exportation du matériel artistique proposé
 - 4.1.2. Structures professionnelles de soutien au demandeur déjà en place et accompagnateurs au projet
 - 4.1.3. Niveau d'engagement du demandeur envers le projet
 - 4.1.4. Plan d'exportation du demandeur et son positionnement dans le continuum d'exportation
 - 4.1.5. Occasion d'affaires et opportunités
- 4.2. La SPAASI se réserve le droit de révoquer toute vitrine préalablement approuvée dans le cas où l'artiste ne répond plus aux critères d'éligibilité.

H. BUDGET

(Voir document Excel.)

I. PLAN D'EXPORTATION ET PLAN STRATÉGIQUE

(Voir document PDF.)