STRATÉGIE DE PROMOTION DES ARTISTES ACADIENS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

SPAASI

CENTREDERESSOURCES INTERNATIONALETACADIEN

www.acadie-export.ca

Rapport d'activités 2013-2014

Le 20 février 2015

Objet : Rapport d'activités 2013-2014 de la SPAASI

La Société Nationale de l'Acadie est fière de vous présenter le rapport d'activités pour la période du 1er avril 2013 au 31 mars 2014 de la Stratégie de promotion des artistes sur la scène internationale (SPAASI). Parmi les résultats atteints cette année, nous tenons à souligner les moments forts suivants:

- La SPAASI a recensé 32 artistes acadiens ayant travaillé à l'international (hors Canada) en 2013-2014. Parmi eux, 75% étaient membres du CRIA et 59% ont participé aux formations en exportation et/ou aux activités de commercialisation internationale de la SPAASI.
- Dans le cadre de ses activités de réseautage et de commercialisation, la SPAASI a facilité des rencontres d'affaires entre 51 professionnels internationaux, dont 57% de nouveaux délégués, et 57 individus exportateurs acadiens.
- Parmi les 50 vitrines présentées dans le cadre des rencontres professionnelles SPAASI, 48% des artistes ont dit avoir reçu une offre d'achat et/ou de collaboration à l'international de la part d'un acheteur SPAASI.
- Le CRIA compte maintenant 114 profils d'exportateurs, dont 41 profils en musique et 73 profils dans 5 nouvelles disciplines : arts visuels, cinéma, danse, littérature et théâtre.
- 71% des artistes membres du volet musique du CRIA utilisent le site aux fins d'exportation, et 21% d'entre eux ont réalisé des ventes additionnelles grâce à ce site.
- Le CRIA a reçu 7 175 visites, dont 4 593 visiteurs uniques et 43% de visiteurs internationaux, pour un grand total de 22 523 pages vues, en plus d'une augmentation des visites de 149% en provenance des États-Unis et de 68% en provenance de la Belgique (les deux nouveaux marchés visés lors des activités SPAASI).
- Pour les artistes ayant exporté, la valeur médiane des ventes directes et indirectes liées à l'exportation se chiffrait à 25 800 $, pour un grand total de 825 600 $, comparativement à 410 000 $ l'année précédente.

Assurément, la SPAASI est au cœur des résultats d'exportation et de développement de carrière des artistes acadiens à l'international. Nous souhaitons que cette réussite soit à la hauteur de vos attentes et qu'elle vienne également appuyer vos propres objectifs de développement. Nous vous remercions sincèrement de votre soutien au cours de la saison 2013-2014 et espérons renouveler cette collaboration dans la prochaine année.

Pour plus d'informations, n'hésitez surtout pas à communiquer directement avec moi au (506)-206-3929 ou avec le directeur général de la SNA, M. Éric Larocque, au 506-853-4251.

Christine Lavoie, coordonnatrice SPAASI
Société Nationale de l'Acadie (SNA)
307, rue Amirault, Dieppe, Nouveau-Brunswick E1A 1G1 CANADA
1-506-206-3929; christine.lavoie@snacadie.org; www.acadie.europe.com; www.snacadie.org

SNA

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ DE LA PROGRAMMATION 4

RÉSULTATS 5

VOLET #1 : FrancoFête en Acadie (volet international) 5

VOLET #2 : Foires commerciales

1. International Crossroads Celtic Festival, Maine 14

VOLET #3 : Démarchages

1. Festival International de Lafayette, Louisiane 21
2. Francofolies de La Rochelle, France & Francofolies de Spa, Belgique 25

VOLET #4 : Centre de ressources international et acadien (CRIA) 29

INDICATEURS DE RENDEMENT 36

BUDGET FINAL 39

ANNEXE A

1. FrancoFête en Acadie :

a) INVITATION PRO en français et en anglais
b) PUBLICITÉ Longueur d'Ondes
c) COMMUNIQUÉS :
   - « Appel aux artistes acadiens »
   - « Appel aux artistes internationaux »
   - « La SNA dévoile la programmation du volet international »
d) POLITIQUES ADMINISTRATIVES :
   - « Sélection des délégués internationaux »
   - « Comité consultatif »
   - « Sélection des artistes en vitrine »
e) HORAIRE et PROGRAMMATION détaillée du volet international
f) CAHIER CONTACT avec la liste des professionnels internationaux
g) LISTES DES PARTICIPANTS aux activités de la SPAASI
h) SONDAGES de la SPAASI aux délégués internationaux et aux exportateurs
i) DEBRIEFING du Comité consultatif
j) TÉMOIGNAGES des participants
k) DOSSIER DE PRESSE
l) FACEBOOK SPAASI

2. Foires commerciales:

Festival Crossroads International Celtic Festival

a) INVITATION PRO en français et en anglais
b) PUBLICITÉ pour bulletin trimestriel Folk Alliance International (FAI)
c) APPEL D'OFFRES consultant en développement de marché (américain)
d) CONTRAT DE SERVICE avec Atlantica Group
e) ENTENTE DE COLLABORATION avec Crossroads International Celtic Festival
f) COMMUNIQUÉ du Festival
   - « Acadian francophone Artists from Atlantic Canada Featured »
g) COMMUNIQUÉS du Festival de la SNA/SPAASI
   - « Les artistes acadiens en mission d'affaires au Maine »
   - « Acadian artists to be featured at Crossroads Festival »
   - « Media Advisory : Acadian Showcase and Trade Mission »
h) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles

i) LISTE DES PROFESSIONNELS
j) LISTE DES RENCONTRESÉCLAIR
k) LISTE DES PARTICIPANTS aux activités pro
l) NOTES D'ALLOCUTION de la SPAASI
m) DEBRIEFING DES DÉLÉGUÉS PROS
n) PHOTOS DES ACTIVITÉS
o) TÉMOIGNAGES des participants
p) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI
q) RAPPORT D'ACTIVITÉS d'Atlantica Group
r) SONDAGES de la SPAASI aux délégués internationaux et aux exportateurs
s) PROGRAMME du Festival
t) DOSSIER DE PRESSE du Festival
u) BLOG d'Atlantica Group
v) FACEBOOK SPAASI
w) FACEBOOK du Festival

3. Démarchages :

Festival International de Lafayette

a) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
   - « La SPAASI en mission de démarchage aux États-Unis »
b) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI
c) PHOTOGRAPHIES du site de Festival
d) FACEBOOK SPAASI

Francofolies de La Rochelle, France et de Spa, Belgique

e) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
   - « La SPAASI s'envole vers l'Europe! »
f) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI
g) PROGRAMME des Francofolies de La Rochelle
h) PROGRAMME des Francofolies de Spa
i) INVITATION PRO aux Québecofolies à Spa
j) DOSSIER DE PRESSE
k) FACEBOOK SPAASI

4. Centre de ressources international et acadien (CRIA)

a) APPEL D'OFFRES pour consultant en vente de publicité et recherche de commandites
b) PLAN DE COMMANDITE du CRIA
c) SONDAGE aux exportateurs
d) RAPPORT D'ANALYSE WEB du CRIA
e) TRADUCTION du CRIA
f) ARTICLES portant sur des artistes acadiens à l'international
g) EXEMPLE de tournée d'un groupe acadien

ANNEXE B : BUDGETS

a) BUDGETS DÉTAILLÉS avec FACTURES
b) RAPPORT ANNUEL de la SNA au 31 mars 2014
c) RAPPORT FINANCIER vérifié de la SNA au 31 mars 2014

ANNEXE C : SONDAGES APÉCA SUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR

A. RÉSUMÉ DE LA PROGRAMMATION

Voici un résumé des activités prévues pour 2013-2014 selon les 4 volets d'activités de la SPAASI.

1. FrancoFête en Acadie (volet international)

- Accueillir une trentaine de délégués internationaux, dont 50% de nouveaux acheteurs
- Créer un comité consultatif (membres de l'industrie musicale acadienne) pour le choix des délégués internationaux et le développement de la programmation (vitrines, ateliers et activités réseautage)
- Mettre en place la phase 2 de la nouvelle politique de sélection des délégués internationaux (prise en charge bisannuelle pour les acheteurs récurrents, priorité aux nouveaux acheteurs et aux acheteurs provenant de nouveaux marchés)
- Donner une formation aux délégués internationaux offrant un aperçu historique de la production artistique en Acadie, de l'identité acadienne (géographie, culture, histoire, société contemporaine)
- Présenter des artistes étrangers en vitrine SPAASI aux fins de réciprocité envers les pays partenaires
- Organiser des rencontres d'affaires entre les délégués internationaux, les artistes acadiens, les membres de l'industrie et les partenaires financiers
- Offrir des ateliers de formation en exportation pour les artistes acadiens

2. Foires commerciales à l'étranger

- Présenter une journée professionnelle ciblant les États de la Nouvelle-Angleterre et de la Côte Est américaine au *Crossroads International Celtic Festival*, du 11 au 15 sept. 2013 à Newry, Maine (É-U.)
- Accueillir une vingtaine de professionnels de l'industrie
- Présenter une dizaine d'artistes/groupes acadiens en vitrine et en concert
- Organiser des rencontres d'affaires entre les professionnels internationaux et les artistes acadiens et/ou leurs représentants
- Initier des opportunités de partenariats entre l'Acadie et le Maine
- Faire le lancement du CRIA aux États-Unis

3. Démarchages

- Participer à 3 activités de démarchage, incluant :
    a) Festival International de Louisiane, du 24 au 28 avril 2013 à Lafayette, Louisiane (États-Unis)
    b) Francofolies de La Rochelle, du 12 au 16 juillet 2013 à La Rochelle (France)
    c) Francofolies de Spa, du 17 au 21 juillet 2013 à Spa (Belgique)
- Lors de chaque démarchage, repérer de nouveaux acheteurs et partenaires potentiels, faire les suivis sur les projets existants et faire la cueillette de l'intelligence compétitive

4. Centre de ressources international et acadien (CRIA)

- Mettre en ligne les 5 nouveaux volets (cinéma, littérature, théâtre, danse et arts visuels)
- Rencontrer les principaux intervenants (associations, représentants de l'industrie, partenaires financiers, etc.) pour explorer les opportunités de développement des marchés internationaux pour ces disciplines
- Traduire le volet musique pour mieux desservir les professionnels anglophones et faciliter une percée des marchés américains
- Adapter le vocabulaire sur le site et des outils marketing pour inclure les marchés américains et les autres utilisateurs visés
- Vendre des publicités auprès de commanditaires potentiels

B. RÉSULTATS

Voici un résumé des activités complétées et des résultats obtenus.

VOLET #1 : FRANCOFÊTE EN ACADIE

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 5 journées professionnelles, du 6 au 10 novembre 2013 à Dieppe et Moncton, N.-B.
- ✓ 34 professionnels internationaux de 5 pays différents
- ✓ 42 exportateurs (artistes et groupes) acadiens en vitrine sur un total de 70 vitrines
- ✓ 54 individus du Canada atlantique présents aux activités SPAASI
- ✓ 61 participants lors des 3 ateliers de formation pour la préparation à l'exportation
- ✓ 99 participants lors du déjeuner réseautage *« Bienvenue en Acadie! »*
- ✓ 8 rencontres SPAASI avec les professionnels internationaux
- ✓ 2 réceptions de réseautage

COMITÉ CONSUTATIF SPAASI

Suite à l'expérience positive du groupe de consultation de la SPAASI pour la préparation du volet international FrancoFête mis en place l'année précédente, la SPAASI a renouvelé et formalisé le mandat du groupe. Le Comité consultatif SPAASI pour la FFA est composé de personne-ressources et d'intervenants de l'industrie de la musique du Canada atlantique. Leur expertise a permis à la SPAASI de planifier une programmation de grande qualité tout en s'assurant de leur engagement dans la présentation du volet international.

Comité consultatif SPAASI pour la FFA	
Carol Doucet	Le Grenier Musique
Carole Chouinard	Karo Productions
François Emond	Productions Klef
Jean Surette	Musique NB
Marc Chouinard	Théâtre Capitol
Yolande Bourgeois	Par icitte Productions
Nouveaux membres en 2013	
Daniel Thériault	Festival Acadien de Caraquet
Jacinthe Comeau	Radarts
Véronique Wade	Agence Wade

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 34 professionnels internationaux étaient présents, dont 22 diffuseurs (65%), 10 collaborateurs (29%) et 2 membres de soutien (6%), en provenance de la France (16 à 47%), de la Suisse (9 à 26%), des États-Unis (2 à 6%), de la Belgique (2 à 6%) et du Canada (5 à 15%). Parmi ceux-ci, 14 (soit 41%) étaient de nouveaux délégués, dont 8 diffuseurs – un résultat direct de nos démarchages et des foires commerciales effectuées antérieurement. De plus, 13 délégués (38%) provenaient de la Suisse, de la Belgique et des États-Unis – des nouveaux marchés en développement.

Photo de groupe de la délégation internationale SPAASI

En plus de prioriser l'invitation de diffuseurs et de délégués provenant de nouveaux marchés, la SPAASI cherche également à rejoindre les professionnels non diffuseurs, ici nommés collaborateurs et membres de soutien, qui viendront appuyer les exportateurs acadiens de façon plus globale. Même si les dates de spectacles restent des points d'ancrage et notre objectif premier, la distribution de disques, la représentation, les bookers, les consultants et les partenaires financiers restent essentiels au développement des marchés internationaux.

	Organisation	Nom	Secteur	Pays	N/R	D/C/ MS
1	Absilone Technologies	M. Fabrice Absil	Synchro	France	R	C
2	Acadie à Spa et à Lorient, Productions KLEF	M. François Emond	Festival	Canada	R	D
3	Association de soutien à la musique vivante (ASMV), Chat Noir, Festival Voix de Fête	M. Roland Le Blévennec	Festival	Suisse	R	D
4	Brown Paper Tickets	Mme Caroline Planque	Billetterie	France	N	C
5	Cirque du Soleil	M. Charles St-Onge	Salle	Canada	N	D
6	Cirque du Soleil	Mme Séverine Parent	Salle	Canada	N	D
7	Compimusic, Compimedia	M. Maxime Balcon	Synchro	France	R	C
8	Consulat général de France à Moncton	Mme Margot Piron	Gouv.	Canada	R	MS
9	Exquis Mots	M. Bruno Coppens	Booking	Belgique	N	C
10	Festival Caribana; May M Music	M. Michel May	Festival	Suisse	N	D
11	Festival des Francophonies en Limousin	M. Guillaume Taillebourg	Festival	France	R	D
12	Festival L'Estival de St. Germain en Laye, Fédération des Festivals de Chanson Francophone (FFCF)	M. Marc Pfeiffer	Festival	France	R	D
13	Festival Les Francomanias de Bulle	M. Emmanuel Colliard	Festival	Suisse	N	D
14	Festival Pully-Lavaux à l'heure du Québec	M. Rico Perriard	Festival	Suisse	R	D
15	Francomag	M. Jean-Michel Tambourré	Média	France	R	C
16	Goldstein Guilliams International LLC	Ms. Robyn Guilliams	Consultant	États-Unis	N	C
17	Improbables Consulting	M. Christian Bordarier	Consultant	France	R	D
18	Kalima Productions, Festival Aurores Montréal	M. Florent Bony	Festival	France	R	D
19	Kari Estrin Management & Consulting	Ms. Kari Estrin	Publiciste	États-Unis	N	C
20	La Cité Nantes Events Center	M. Paul Billaudeau	Salle	France	R	D
21	Les Productions Virago, Québecofolies, Francofolies de Spa	M. Charles Pirnay	Festival	Canada	R	D
22	Magazine Longueur d'Ondes	M. Serge Beyer	Média	France	N	C
23	Oh! Festival Valais Wallis Arts Vivants 2015	M. Denis Alber	Festival	Suisse	R	D
24	Pa-dam…Pa-dam…; Festival Chansons en Stok; Pas Mal Bien!	M. Ulrich Schuwey	Festival	Suisse	R	D
25	Pan Piper	M. Alain Paré	Salle	France	N	D
26	Planète Francophone	M. Albert Weber	Média	France	R	C
27	Plateforme Culture Valais	M. Jacques Cordonier	Gouv.	Suisse	N	MS
28	Printemps de Pérouges	Mme Marie Rigaud	Festival	France	R	D
29	Radio Caraïb Nancy (RCN)	M. Guy Zwinger	DJ Radio	France	R	C
30	Réseau Chainon FNTAV; Festival du Chainon Manquant; Jardin de verre	M. Francois Gabory	Salle	France	N	D
31	Rue Haute Productions	M. Karl Ouchet	Booking	France	R	D
32	Théâtre de Valère	M. François Marin	Salle	Suisse	N	D
33	Théâtre du Crochetan	M. Lorenzo Malaguerra	Salle	Suisse	N	D
34	W:Halll	Mme Patricia Meerts	Salle	Belgique	R	D
			14 = Nouveaux **20 = Récurrents**	**22 = Diffuseurs** **10 = Collaborateurs** **2 = Membres de soutien**		

POLITIQUE DE SÉLECTION DES DÉLÉGUÉS

À noter que cette année, la SPAASI a mis en place la *Phase 2* de sa nouvelle politique de sélection des délégués internationaux établie l'année précédente. Celle-ci avait pour objectif de diminuer la prise en charge annuelle offerte aux délégués récurrents vers une prise en charge bisannuelle, de façon à prioriser la prise en charge des nouveaux délégués et ainsi renouveler la délégation sur une base bisannuelle.

Certains acheteurs récurrents ont ainsi choisi de payer eux-mêmes leur déplacement et, dans tel cas, la SPAASI s'est acquittée de leurs frais d'inscription. Tous les délégués avaient été avertis l'année précédente de ce changement à venir et la très grande majorité a tout à fait compris la pertinence de laisser la place à de nouveaux délégués en ce qui a trait à la prise en charge. Cette stratégie va permettre à la SPAASI d'accroitre et de diversifier sa liste d'acheteurs et d'obtenir un engagement participatif financier plus solide de la part de ses partenaires internationaux.

ARTISTES ÉTRANGERS INVITÉS

M. Bruno Coppens, artiste et producteur belge invité par la SPAASI, en vitrine au Plan B

Pour la toute premières fois cette année, la SPAASI a présenté des vitrines d'artistes provenant de ses pays partenaires. L'objectif de cette initiative était de soutenir la réciprocité envers les pays et/ou régions qui accueillent régulièrement des artistes acadiens. Malheureusement, la SPAASI n'a pas été en mesure d'offrir une vitrine de 30 minutes au Théâtre Capitol, tel que souhaité auprès de Radarts. Les vitrines ont donc été présentées à titre de vitrines internationales SPAASI lors du déjeuner réseautage « Bienvenue en Acadie! », ainsi qu'en vitrine non officielle en fin de soirée au Plan B. Ces artistes étaient entièrement responsables de leur frais de déplacement et de présentation de vitrine, et devaient également faire demande auprès de Radarts (incluant les frais d'inscription). Le choix des artistes s'est fait par un jury régional de diffuseurs/acheteurs acadiens administré par la SPAASI et suite à un appel international envoyé aux diffuseurs membres du CRIA (membres partenaires de la SPAASI).

La SPAASI compte poursuivre cet élan avec l'objectif de présenter au moins 3 artistes étrangers dans un contexte de vitrine officielle de 30 minutes (tel qu'offert aux autres artistes en vitrine officielle), et de fournir l'hébergement aux artistes une fois sur place en collaboration avec Radarts. La SPAASI continuera également à offrir une prise en charge plus complète au professionnel accompagnateur (agent, gérant, booker, etc.) de chaque groupe. Les pays ciblés sont la France, la Belgique, la Suisse et les États-Unis. L'objectif à plus long-terme est d'offrir un « Prix Étoile » à un de ces artistes en vitrine pour une tournée en Acadie l'année suivante, toujours en collaboration avec Radarts.

Artistes internationaux des pays partenaires de la SPAASI		
1	Bruno Coppens	Belgique
2	Liz Cherhal	France
3	Marc Aymon	Suisse

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Un grand total de 71 vitrines officielles et non officielles ont été présentées, incluant 42 artistes et groupes artistiques acadiens, soit 59%, sur le programme du volet international, dont 37 artistes/groupes en musique. Parmi eux, 27, soit 64%, étaient de nouveaux exportateurs. Parmi les 49 vitrines sélectionnées par Radarts, il y en avait 20, soit 41%, artistes acadiens. À l'exception des vitrines internationales SPAASI et des vitrines non officielles au Plan B, c'est le comité de sélection de Radarts qui s'est affranchi du choix des artistes en vitrine. Dans le cas des vitrines SPAASI, la sélection s'est faite par un jury international suite aux candidatures reçues lors d'un appel aux artistes.

	Artistes et groupes acadiens en vitrine officielle et non officielle	Discipline	Vitrine SPAASI	Nouvel exportateur	Province
1	Angry Candy	Musique	Plan B	Oui	N.-B.
2	Anika Lirette	Théâtre	Acadie 101	Non	N.-B.
3	Annie Blanchard	Musique	Capitol	Non	N.-B.
4	Caroline Savoie	Musique	Capitol	Oui	N.-B.
5	Cedric Vieno	Musique	Internationale SPAASI	Oui	N.-B.
6	Colleen Power	Musique	Centre des arts Dieppe	Oui	T.-N.-L.
7	Daniel Léger	Musique	Capitol	Non	N.-B.
8	Danyssa Roy	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
9	Dave Puhacz	Musique	Oiseaux de nuit	Non	N.-B.
10	Denis Michel Haché	Musique	Plan B	Oui	N.-B.
11	DJ Bones	Musique	Hotel	Oui	N.-B.
12	Hert LeBlanc	Musique	Oiseaux de nuit	Oui	N.-B.
13	Joey Robin Haché	Musique	Oiseaux de nuit	Oui	N.-B.
14	John Boulay Blues Quartet	Musique	Plan B	Oui	N.-B.
15	Joseph Edgard	Musique	Cercle SOCAN	Non	N.-É.
16	Julie Duguay	Danse	Université	Oui	N.-B.
17	Kevin McIntyre	Musique	Plan B	Oui	N.-B.
18	Kin-Ethic	Musique	Oiseaux de nuit	Oui	N.-B.
19	La Virée	Musique	Internationale SPAASI	Non	N.-B.
20	Les Hay Babies	Musique	Internationale SPAASI	Non	N.-B.
21	Les Hôtesses d Hilaire	Musique	Internationale SPAASI	Oui	N.-B.
22	Les Jeunes d'Asteur	Musique	Plan B	Oui	N.-B.
23	Les Païens	Musique	Tide & Boar	Non	N.-B.
24	Lina Boudreau	Musique	Centre des arts Dieppe	Non	N.-B.
25	Luc LeBlanc	Musique	Capitol	Oui	N.-B.
26	Mario Fayo LeBlanc	Musique	Plan B	Non	I.-P.-É.
27	Maurice Basque	Littérature	Acadie 101	Non	N.-B.
28	Maxime McGraw et Joannie Benoît	Musique	Capitol	Oui	N.-B.
29	Michel Thériault	Musique	Cercle SOCAN	Non	N.-B.
30	Monique Poirier	Musique	Cercle SOCAN	Non	N.-B.
31	Myriam Arseneau	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
32	Nathalie Renault	Musique	Capitol	Non	N.-B.
33	Noémie Auffrey-Jones	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
33	Quatélixir	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
35	Peigne	Théâtre	Université	Oui	N.-B.
36	Tania Saulnier	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
37	Ten Strings And A Goat Skin	Musique	Internationale SPAASI	Oui	I.-P.-É.
38	The Backyard Devils	Musique	Internationale SPAASI	Oui	N.-B.
39	Théâtre la Cigogne	Théâtre	Université	Oui	N.-B.
40	Wanabi Farmeur	Musique	Capitol	Oui	N.-B.
41	Wilfred Leboutillier	Musique	Internationale SPAASI	Non	N.-B.
42	Zakary Cormier	Musique	FrancoTrouvailles	Oui	N.-B.
		37 = Musique **3 = Théâtre** **1 = Littérature** **1 = Danse**	**6 = Vitrines SPAASI**	**27 = Oui** **15 = Non**	**39 = N.-B.** **2 = I.-P.-É.** **1 = T.-N.-L.**

ATELIERS DE FORMATION

La SPAASI a présenté trois ateliers de formation en exportation à 37 artistes et représentants d'artistes acadiens. Tous les ateliers étaient complets et la priorité était accordée aux artistes acadiens.

Dans le cas de l'atelier de préparation à l'exportation, les artistes acadiens en vitrine internationale devaient obligatoirement suivre cette formation avant de pouvoir présenter leur vitrine au déjeuner réseautage *« Bienvenue en Acadie! »*. Deux professionnels internationaux ont accepté de participer à cette rencontre à titre de formateur, soit M. Serge Beyer et M. Guillaume Taillebourg.

Ateliers	Nombre de participants	Nombre d'artistes ou représentants d'artistes acadiens
Préparation à l'exportation	11	11
Comment faire plus d'argent avec l'international!	17	11
Permis de travail à l'international	33	15
TOTAL	**61**	**37**

Selon le sondage Radarts (28 répondants), **79%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ces ateliers.

Voici quelques commentaires des répondants:

- ✓ *Beaucoup apprécié la complémentarité des deux intervenants, Diane Lamarre et Fabrice Absil ce qui m'a incité à publier un article sur ma page Facebook, article que je vais reprendre sur mon site www.planetefrancophone.fr*
- ✓ *Bon atelier et échanges intéressants avec les participants. Partage d'expérience toujours enrichissant.*
- ✓ *Cet atelier était indiqué comme étant réservé aux artistes acadiens... J'y suis quand même allée faire un tour et il avait l'air très intéressant.*

Atelier SPAASI « Préparation à l'exportation » en collaboration avec Musique NB

Atelier SPAASI « Permis de travail à l'international »

DÉJEUNER RÉSEAUTAGE ET VITRINES INTERNATIONALES *« BIENVENUE EN ACADIE! »*

La SPAASI a organisé un grand déjeuner réseautage réservé aux artistes acadiens et aux délégués internationaux afin d'accélérer les opportunités d'échanges. Il y avait trois blocs de vitrines d'artistes acadiens (pour un total de 6 artistes + 3 artistes étrangers), et chaque bloc était entrecoupé d'activités de réseautage. En fond de scène il y avait une présentation Powerpoint en continu de tous les artistes membres du CRIA, ainsi que des partenaires du CRIA. La salle était complète et il y avait une liste d'attente. Un maximum de deux représentants par groupe artistique était permis. En incluant les participants aux formations en exportation, c'est 54 artistes, représentants d'artistes et membres de l'industrie culturelle acadienne qui ont participé aux activités SPAASI.

Selon le sondage Radarts (27 répondants), **85%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ce dîner d'affaires.

Rencontre	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Déjeuner réseautage et vitrines internationales *« Bienvenue en Acadie! »*	99	60

Voici quelques commentaires des répondants:

- ✓ *Chapeau à Christine! Super bel événement!!!*
- ✓ *D'après ce qui était indiqué, nous croyions que nous ne pouvions pas y assister car nous étions Québécois.*
- ✓ *Excellente initiative de la SPAASI, mais on reste sur sa faim car les vitrines sont trop brèves*
- ✓ *Même si cela doit être pénible pour les artistes, la formule d'une dizaine de minutes est excellente (dans ce cadre)*
- ✓ *Toujours un bon moment de convivialité*
- ✓ *Tous devraient y être invités, pas juste les hors Québec et Acadiens*

Vitrine de Marc Aymon, artiste Suisse, lors du déjeuner réseautage « Bienvenue en Acadie! » de la SPAASI Aymon

RENCONTRES PROFFESSIONELLES

La SPAASI a organisé deux autres rencontres professionnelles réservées aux délégués internationaux. La première rencontre, « Acadie 101 », était en fait une formation portant sur l'identité acadienne (géographie, culture, histoire, liens avec les Premières Nations, société contemporaine). Cette dernière a eu lieu au tout début de l'événement, et a permis d'expliquer aux participants ce qu'est l'Acadie en rapport aux autres communautés francophones canadiennes. La rencontre a débuté avec la bienvenue officielle d'un sage autochtone en territoire Mik'mak, suivi d'un vin de l'amitié offert par l'Université de Moncton, une vitrine théâtrale sur le même thème de la diaspora acadienne et, finalement, une revue du programme de la semaine.

Souhait de bienvenue aux délégués internationaux par Carlos Gomez, sage du Peuple des Première Nations Wabanaki

Il s'agissait en fait du premier atelier de ce genre pour les délégués internationaux. La formation a été extrêmement bien reçue par les délégués, à tel point que plusieurs ont indiqué enfin comprendre la différence entre un artiste acadien et un artiste québécois, et ce, après plusieurs années de participation à la FrancoFête! La SPAASI compte désormais présenter ce genre d'atelier annuellement.

Rencontre de programmation RAME/RAMA des délégués internationaux

Une deuxième rencontre, le « RAME/RAMA », portait sur les réseaux acadiens de musique en Europe et en Amérique. Comme cet atelier avait lieu à la toute fin de l'événement, les participants ont pu partager leurs coups de cœur et leurs intentions de programmation avec l'ensemble du groupe. La SPAASI en a profité pour mettre en lumière les projets et partenariats internationaux à venir, recueillir leurs commentaires quant à l'amélioration du volet international, en plus de sonder les délégués quant à la possibilité d'accueillir un volet pro lors du Congrès mondial acadien en 2014.

Selon le sondage Radarts (22 répondants), **100%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ces deux rencontres.

AUTRES RENCONTRES ET ACTIVITÉS du volet international

La SPAASI a profité de la FrancoFête pour inviter ses partenaires financiers à discuter des objectifs atteints lors de la dernière saison et de la programmation à venir. Des représentants de la province du Nouveau-Brunswick et de Musicaction étaient présents.

Des rencontres de programmation en prévision de la saison 2014-2015 et initiées par la SPAASI ont également eu lieu avec des représentants et partenaires des structures suivantes :

i. *Festival Les FrancoFolies de Spa* et le centre culturel le *W:Halll* (Belgique)
ii. *Festival Aurores Montréal,* la salle de spectacle *Le Pan Piper*, et le *Magazine Longueur d'Ondes* (Paris)
iii. *Festival Oh! Valais* (Suisse)
iv. Le centre culturel *La Cité de Nantes* (France)
v. *Compimedia et Musicaction (projet d'édition et de synchro en France)*
vi. *Alliance des arts et de la culture (AACA)* (Canada atlantique)

Finalement, la SPAASI a profité de la traditionnelle raclette offerte par la délégation suisse pour faire le lancement officiel de la Phase 2 du CRIA, incluant les 5 nouvelles disciplines ajoutées (danse, théâtre, arts visuels, cinéma, littérature) et la traduction du volet musique. Il y avait environ 250+ personnes présentes.

Raclette et vin de l'amitié offerts par la délégation suisse

APERÇU DES RÉSULTATS DU SONDAGE SPAASI

Pour les professionnels internationaux :

- ✓ 68% des délégués internationaux se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie, et 26% « satisfaits ».
- ✓ 83% des délégués diffuseurs ont indiqué avoir fait ou vouloir faire au moins une offre d'achat de spectacle à au moins un artiste acadien en vitrine.
- ✓ 92% des délégués collaborateurs (bookers, labels, médias, gérants, etc.) ont indiqué avoir proposé ou vouloir proposer au moins une offre d'achat de spectacle à au moins un artiste acadien en vitrine.
- ✓ Au cours de l'année précédant l'événement, 63% des délégués internationaux ont indiqué avoir programmé et/ou travaillé en collaboration avec des artistes acadiens.
- ✓ 53% des délégués internationaux ont indiqué que le CRIA leur sera « très utile » et 47% « un peu utile ». Tous les répondants connaissaient le CRIA.

Commentaires :

- ✓ *Vitrines très bien organisées, choix intéressants*
- ✓ *D'une année à l'autre, les projets se construisent, on peut constater l'évolution des artistes dans la préparation à l'export, c'est aussi une occasion de retrouver des délégués des autres pays et échanger sur nos découvertes respectives. Le planning est riche et soutenu.*
- ✓ *Projets, qualité artistique, accueil, les échanges...*
- ✓ *Le rôle de la SPAASI est essentiel dans la promotion des artistes acadiens en France et plus globalement en Europe, et je suis toujours prêt à mettre en valeur ce travail de longue haleine par mes écrits, voire des conférences sur l'Acadie avec Guy Zwinger.*
- ✓ *Pas assez d'ouverture vers l'extérieur*
- ✓ *L'accueil et le professionnalisme de l'organisation et la maturation ou évolution significative des artistes vus à la Francofête 2011*
- ✓ *Très bon accueil, ateliers très intéressants*
- ✓ *Les horaires et conditions de diffusion des artistes internationaux ne sont pas convenables.*
- ✓ *Belles rencontres et bonne organisation, belle "synthèse" de la culture acadienne d'aujourd'hui*

Pour les artistes acadiens:

- ✓ 70% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie, et 30% « satisfaits ».
- ✓ 50% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont dit avoir reçu une offre d'achat de spectacle de la part d'un ou des acheteurs internationaux, et 77% de ces offres se tiendront sur de nouveaux marchés.
- ✓ 50% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont indiqué que le CRIA leur sera « très utile » et 25% « un peu utile ».

Activités de réseautage entre les artistes acadiens et les délégués internationaux lors du déjeuner réseautage

Commentaires :

- ✓ *Le défi est grand et il y a plusieurs marchés à explorer. La SPAASI travaille fort à se faire des partenaires sur ces marchés, il faut que le travail continue et que la province croisse dans ce travail de développement et aide à financer.*
- ✓ *Les Ateliers sont un MUST. Le Brunch à l'Empress est AUSSI un élément de premier plan. Je ne sais pas comment se déroule la sélection d'artistes, mais la brochette était très bien sélectionnée et pertinente.*
- ✓ *Super travail de concertation*
- ✓ *Super belle programmation! :)*
- ✓ *Des sessions très informatives, mais le nombre de notes et d'information à retenir sans document pour appuyer les sessions rend la chose ardue. Les ateliers étaient de bonne heure, les artistes arrivent souvent très fatigués au lendemain de représentations pouvant se dérouler tard le soir (et force est d'admettre qu'il est très difficile de dormir après une représentation, vu la dose d'adrénaline). Il serait très apprécié de recevoir la liste des délégués à l'avance pour que nous, les artistes, puissions bien connaitre et cibler les diffuseurs qui opèrent dans notre domaine. Il est presqu'impossible entre les représentants d'apprendre par coeur le nom et domaine ciblés par les diffuseurs, surtout lors de la première rencontre du volet international.*
- ✓ *Votre dévouement est très apprécié!*
- ✓ *Toujours très agréable de travailler avec toi, Christine!*
- ✓ *Les ateliers sont toujours très intéressants et nous guident très bien dans nos étapes à suivre. Il y a tellement d'information, tellement d'enjeux que même ces formations sont insuffisantes. Ça nous en prendrait encore davantage.*
- ✓ *L'équipe fait vraiment tout ce qu'elle peut pour encourager les échanges internationaux.*

ANNEXES

a) INVITATION PRO en français et en anglais
b) PUBLICITÉ Longueur d'Ondes
c) COMMUNIQUÉS :
   - « Appel aux artistes acadiens »
   - « Appel aux artistes internationaux »
   - « La SNA dévoile la programmation du volet international »
d) POLITIQUES ADMINISTRATIVES :
   - « Sélection des délégués internationaux »
   - « Comité consultatif »
   - « Sélection des artistes en vitrine »
e) HORAIRE et PROGRAMMATION détaillée du volet international
f) CAHIER CONTACT avec la liste des professionnels internationaux
g) LISTES DES PARTICIPANTS aux activités de la SPAASI
h) SONDAGES DE LA SPAASI aux délégués internationaux et aux exportateurs
i) DEBRIEFING du Comité consultatif
j) TÉMOIGNAGES des participants
k) DOSSIER DE PRESSE
l) FACEBOOK SPAASI

Colleen Power, artiste acadienne de Terre-Neuve, en vitrine à la FFA

VOLET #2 : FOIRE COMMERCIALE

1. FESTIVAL CROSSROADS INTERNATIONAL CELTIC FESTIVAL, DU 11 AU 15 SEPT. 2014 (MAINE, É.-U.)

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 2 journées professionnelles
  - 1 réception de bienvenue
  - 2 grands concerts
  - 8 exportateurs (artistes et groupes) acadiens en vitrine
  - 64 rencontres d'affaires
  - 1 lancement officiel du CRIA
  - 1 session de programmation RAMA
- ✓ 17 professionnels américains
- ✓ 30 membres de l'industrie culturelle acadienne présents
- ✓ 140 participants aux activités des rencontres pros
- ✓ 500 cartes de postes d'écoute du CRIA distribuées
- ✓ 7 concerts d'artistes acadiens pendant le festival

L'artiste acadienne Katrine Noel de la formation « Les Hay Babies » avec sa passe de Festival

COORDONNATEUR/CONSULTANT LOCAL

Pour s'assurer de l'efficacité de cette foire commerciale, la SPAASI a retenu les services d'Atlantica Group, une firme consultante spécialisée en développement du marché de la Nouvelle-Angleterre pour les entreprises canadiennes. Les responsabilités du groupe consistaient principalement à identifier et confirmer la présence d'au moins 16 professionnels en provenance du marché cible, de coordonner les besoins logistiques locaux et les outils de communications, et d'assurer le bon déroulement des activités pendant l'événement, et ce, en étroite collaboration avec la SPAASI.

La SPAASI a aussi travaillé de pair avec le Festival Crossroads. Ce dernier était responsable du volet artistique, incluant la présentation d'au moins 8 artistes acadiens (contrats, cachets, déplacement), la recommandation d'acheteurs potentiels, et l'appui technique (scène, son, éclairage) pendant les rencontres pro. La SPAASI est très satisfaite du travail du consultant et de sa collaboration avec le Festival, et prévoit maintenir cette approche lors des foires commerciales à venir.

EFFICACITÉ DES OUTILS DE PROMOTION

La stratégie marketing a été développée par le groupe Atlantica, sous la supervision de la SPAASI, et avec l'appui du festival. D'abord, plusieurs communiqués de presse, en anglais et en français, ont été émis des deux côtés de la frontière, tant par la SNA que par le Festival.

La SPAASI a également fait préparer une publicité en anglais pour le bulletin d'information trimestriel du regroupement Folk Alliance International (FAI), invitant les professionnels à s'inscrire à la foire commerciale et à la FrancoFête 2014. Malheureusement, l'éditeur du magazine a oublié d'insérer la publicité, et en dédommagement, le directeur de l'organisation a envoyé lui-même notre invitation à des acheteurs intéressés à programmer des artistes acadiens. Nous avons également utilisé cette publicité sur toutes nos lettres/courriels d'invitation.

Une fois sur place, la SPAASI a installé ses bannières déroulantes aux divers endroits où avaient lieu les concerts des artistes acadiens avant les journées pros. Par la suite, les trois bannières ont été installées en fond de scène pour les concerts du site *Festival Club*, là où avaient également lieu les rencontres pros. L'espace était décoré de fanions aux couleurs de l'Acadie. Environ 500 cartes de postes d'écoute ont également été distribuées pendant tout le festival et en particulier lors des concerts d'artistes acadiens – appuyant ainsi les diffuseurs locaux dans le développement de public pour les artistes acadiens sur ce territoire.

Tous les outils de communications de la SPAASI mettaient en vedette les logos de ses collaborateurs et partenaires financiers pour cet événement. Le Festival et la SPAASI ont reçu une excellente couverture médiatique. Puisque l'Acadie était à l'honneur pour cette édition du festival, les artistes acadiens étaient d'autant plus au cœur de la couverture médiatique. Près d'une douzaine d'articles portant sur les journées professionnelles ont paru en Acadie et surtout au Maine.

L'artiste acadienne Lina Boudreau et le directeur du Festival au concert « Acadian Showcase »

Finalement, la SPAASI a remis à tous les professionnels américains une clé USB du CRIA et le passeport acadien pour une invitation officielle à la prochaine FrancoFête en Acadie. Les délégués ont tout de suite apprécié le professionnalisme de la SPAASI et démontré leur intérêt à recevoir plus d'information sur la FFA.

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 17 professionnels étaient présents, dont 15 nouveaux délégués (88%) et 12 diffuseurs (71%). Ces derniers étaient tous originaires des États-Unis, dont la grande majorité des marchés visés, soit 12 des États de la Nouvelle-Angleterre (71%). Certains d'entre eux avaient déjà programmé des artistes du Canada atlantique, mais avaient depuis perdu le contact avec cette région. Avec les liens établis pendant cette foire commerciale, il sera plus facile d'appuyer l'accueil d'artistes acadiens dans leur réseau de diffusion (avec le Maine surtout et les autres États avoisinants) et, par conséquent, pour les artistes de rentabiliser leurs tournées en ajoutant des dates supplémentaires de spectacles.

	Organisation	Nom	Secteur	Région	N/R	D/C/MS
1	Blue Moon Saloon & Guesthouse	Mr. Mark Falgout	Salle	Louisiana	N	D
2	Chandler Center for the Arts, New World Festival	Mr. Kevin Dunwoody	Festival	Vermont	N	D
3	Consulate General of Canada in Boston	M. Aaron Annable	Gouv.	Massachusetts	N	MS
4	Crossroads International Celtic Festival	Mr. Phill McIntyre	Festival	Maine	R	D
5	David Wilkes Management & Consulting	Mr. David Wilkes	Booking	Florida	N	C
6	Franco-American Centre (FAC)	Mr. John Tousignant	Salle	New Hamshire	N	D
7	Francophonie Cultural Festival	Mr. Bernard Geenen	Festival	Washington, DC	N	D
8	Kari Estrin Management & Consulting	Ms. Kari Estrin	Publiciste	Tennessee	N	C
9	Maine Arts Commission	Ms. Julie Richard	Gouv.	Maine	N	MS
10	Maine Arts Commission	Mr. Kerstin Gilg	Gouv.	Maine	R	D
11	notloB Parlour Concerts	Mr. Jeff Boudreau	Salle	Massachusetts	N	D
12	Impressaria Productions	Ms. Elisabeth Taylor	Salle	Maine	N	D
13	Summerfest	Mr. David Silbaugh	Festival	Wisconsin	N	D
14	Susquehanna Folk Music Society (SFMS)	Ms. Jess Hayden	Salle	Pennsylvania	N	D
15	The Bluebird Cafe	Ms. Margaret Coleman	Salle	Tennessee	N	D
16	The Saco River Theatre	Mr. Dana Packard	Salle	Maine	N	D
17	WMPG Radio	Ms. Barbara Truex	DJ Radio	Maine	N	C
			15 = Nouveaux	**12 = Diffuseurs**		
			2 = Récurrents	**3 = Collaborateurs**		
				2 = Membres de soutien		

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait 8 artistes et groupes artistiques acadiens en concert lors du festival, mais 3 de ces groupes ont été vus en vitrine par les professionnels lors des journées pros seulement. Il y avait une excellente représentation des quatre provinces, soit 4 groupes (50%) qui étaient originaires de l'extérieur du N.-B.

Artistes et groupes acadiens en vitrine		Vitrine SPAASI	Province
1	Arsenault	Journée pro	I.-P.-É
2	Dominique Dupuis	Concert	N.-B.
3	Dwayne & Duane	Journée pro	T.-N.-L. et N.-É.
4	La Virée	Concert	N.-B.
5	Les Hay Babies	Concert	N.-B.
6	Lina Boudreau	Concert	N.-B.
7	Sprag session	Concert	N.-É.
8	Ten Strings and a Goat Skin	Journée pro	I.-P.-É.
			4 = N.-B. **2 = I.-P.-É.** **2 = N.-É.** **1 = T.-N.-L.**

À noter qu'il y avait 6 autres groupes anglophones du Canada atlantique également en concert lors du festival. La SPAASI a invité à plusieurs reprises le volet international de la Semaine de la Musique de la Côte Est (ECMA) à présenter une activité conjointe incluant les artistes anglophones, mais ces derniers ont plutôt opté de ne pas s'engager dans aucune activité pour cette année.

« Dwayne & Duane » de la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve, et « Ten Strings and a Goat Skin » et « Arsenault » de l'Ile-du-Prince Édouard, en vitrine officielle SPAASI lors des rencontres pro SPAASI

La SPAASI a aussi invité 3 groupes originaires du Maine et ayant des racines acadiennes, déjà programmés par le festival et invités lors des concerts auxquels participaient les professionnels internationaux, à participer aux rencontres professionnelles. En plus de partager les traits culturels qui relient les deux frontières, la SPAASI souhaitait ainsi établir des liens solides avec l'État du Maine en prévision d'une possible foire commerciale au Congrès mondial acadien en 2015 sur ce même territoire. Le Maine Arts Commission a reçu cette invitation de façon très favorable. La SPAASI fait maintenant partie du Comité de travail N.-B./Maine en Culture.

Artistes américains invités aux rencontres pros		
1	Boréal Tordu	Concert
2	Don & Cindy Roy	Journée pro
3	Long Time Courting	Concert

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Les rencontres pros ont eu lieu les 12 et 13 septembre. Trente (30) artistes et représentants d'artistes et/ou de l'industrie culturelle acadienne du Canada atlantique ont participé aux rencontres. À noter que la SPAASI était également présente au concert d'ouverture du Festival le 11 septembre à titre de dignitaire invitée.

Réception de bienvenue

Après avoir complété leur inscription et reçu leur passe pro, les délégués ont pris l'autobus réservé aux invités SPAASI vers le Skye Theater pour une réception d'accueil et de bienvenue des délégués internationaux. Un vin d'amitié était offert par l'ambassade du Canada à Boston, et un goûter était servi. Tous les artistes et représentants d'artistes acadiens étaient invités à venir rencontrer les professionnels. La réception était suivie du concert « Acadien Showcase » avec 200+ invités.

Cocktail dinatoire de bienvenue des délégués pros et acadiens avant le concert

Vitrines et rencontres éclair

La journée professionnelle a débuté en matinée avec la bienvenue officielle aux délégués de la part du Maine Arts Commission. Il y avait 4 artistes acadiens en vitrine dont un groupe du Maine. Les vitrines étaient entrecoupées d'activités de réseautage animées par la SPAASI, suivies d'une activité de rencontres éclair de 10 minutes chacune en fin d'après-midi. Quatorze (14) professionnels étaient présents pour rencontrer 17 participants dont 6 du Maine. Au total, 64 rencontres éclair ont ainsi eu lieu!

À noter que, malheureusement, l'artiste acadien Colin Grant de la Nouvelle-Écosse n'a pas pu participer aux rencontres tel que prévu, dû à des dommages causés à son violon lors du transport aérien et nécessitant une réparation d'urgence pour le concert de soirée avec les délégués pros.

Rencontres éclair entres les artistes acadiens et les professionnels internationaux

Lancement du CRIA

La SPAASI a profité de son passage dans la région pour faire le lancement officiel du Centre de ressources international et acadien (CRIA) aux États-Unis, et de ses intentions de traduire le volet musique. Les délégués ont très bien reçu cet outil qui, pour la première fois, les appuiera dans leurs démarches de programmation d'artistes francophones canadiens hors Québec. La discussion s'est poursuivie sur comment les professionnels et la SPAASI peuvent dorénavant travailler ensemble pour présenter davantage d'artistes acadiens sur ce territoire (Réseau acadien de musique en Amérique – RAMA) et sur les opportunités que représente la tenue du Congrès

mondial acadien sur ce territoire. Une invitation officielle a aussi été lancée pour participer aux prochaines rencontres pros de la FrancoFête en Acadie.

Souper des délégués

Les rencontres pros se sont terminées avec un dernier repas de groupe. Plusieurs en ont profité pour finaliser leurs offres d'achat auprès des artistes acadiens, ou encore pour discuter entre eux sur comment travailler ensemble pour programmer les artistes acadiens, notamment sur un réseau de tournée.

Concert de fermeture

Finalement, les délégués se sont dirigés en autobus vers le site de concert pour les dernières vitrines officielles des rencontres pros « Going Back To The Future ». Avec près d'une heure d'autobus à faire, ces derniers en ont profité pour continuer leurs discussions du souper, et pour se connaître davantage comme personnes humaines et de développer des liens d'amitié. Les délégués ont pu rencontrer les artistes acadiens après le concert, pendant que la SPAASI distribuait ses cartes de postes d'écoute du CRIA. Environ 400 festivaliers étaient présents.

L'artiste Colin Grant de la formation « Sprag Session » de la Nouvelle-Écosse avec les délégués pros en arrière-scène

Festival Club

De façon plus informelle, les délégués internationaux étaient invités à rencontrer les artistes acadiens au Festival Club pour des sessions « jam » de fin de soirée. Tous les délégués y ont participé au moins une fois et en ont profité pour écouter les artistes devant un public. Les représentants d'artistes acadiens étaient aussi présents pour rencontrer et mieux connaître les professionnels dans un endroit plus convivial.

Rencontres	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Réception de bienvenue	31	12
Vitrines et rencontres éclair	44	19
Lancement du CRIA	22	4
Souper des délégués	21	3
Concert de fermeture	22	5
TOTAL	**140**	**43**

APERÇU DES RÉSULTATS DU SONDAGE SPAASI

Pour les professionnels internationaux :

- ✓ 100% des délégués internationaux se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie.
- ✓ 73% des délégués diffuseurs ont indiqué avoir fait ou vouloir faire au moins une offre d'achat de spectacle à au moins un artiste acadien en vitrine.
- ✓ 40% des délégués collaborateurs (bookers, labels, médias, gérants, etc.) ont indiqué avoir proposé ou vouloir proposer au moins une offre d'achat de spectacle à au moins un artiste acadien en vitrine.
- ✓ Au cours des cinq années précédentes, 69% des délégués internationaux ont indiqué avoir programmé et/ou travaillé en collaboration avec des artistes acadiens.
- ✓ 54% des délégués internationaux ont indiqué que le CRIA leur sera « très utile » et 38% « un peu utile » une fois traduit vers l'anglais.
- ✓ 100% des délégués ont dit vouloir recommander la SPAASI à leurs pairs suite à leur participation à cette foire commerciale.

Commentaires :

- ✓ *I was very surprised that no other radio people were there. It would be interested to know if others simply couldn't come or if there weren't many on your list, particularly WERU in Bangor, Maine. It is a community station not affiliated with a university that covers a wide area in the mid-coast and inland areas and has a wide spectrum of programming. Their listeners are closer to the Maine French communities than mine are.*
- ✓ *I thought everything about it was terrific, especially the quality of the artists. We were well taken care of too!*
- ✓ *Having a bit more notice and information in advance is helpful - as I have with the notice of the Congress next year. The food and logistics were wonderful otherwise.*
- ✓ *Overall, the event was very well organized from initial contact through execution. Well done!*
- ✓ *There was not enough time scheduled to meet other delegates in a quite space. The session we had towards the end was a good start but not long enough. We could also have had a last day breakfast session.*
- ✓ *The event was amazingly well organized as to accommodations and concert scheduling*
- ✓ *It would have been helpful to have more scheduled time for the delegates to talk together as a group in a quiet conference room. We had only one short opportunity and the dialog was just getting started when we had to break up. A similar setting with delegates and artists would have also been good. I liked the "Acadian dating" segment also, but it seemed that there were too many conflicts with the artists' performing schedules to make it work well for them. That being said, it was still a rewarding and exciting conference. Thank you!*
- ✓ *Not at this time.*
- ✓ *It was very informative. I would like to continue to be involved in the process to develop a circuit that would make it possible to get more groups from Atlantic Canada down our way. Very well organized, I got a lot on information out of a two day event. Thanks*
- ✓ *I look forward to the possibilities of working more closely with Christine and SPAASI to fulfill your mission.*
- ✓ *A very well done mission, I am very happy to have been part of it.*
- ✓ *Very well conceived and executed program! I hope to participate in future programs. Thank you!*
- ✓ *Great job! Thank-you!!!*
- ✓ *I would SPAASI to create a Facebook group to complement its page - https://www.facebook.com/spaasi Pages are fine for downwards news distribution, but groups are better for producer-to-artist networking.*

<u>Pour les artistes acadiens</u>:

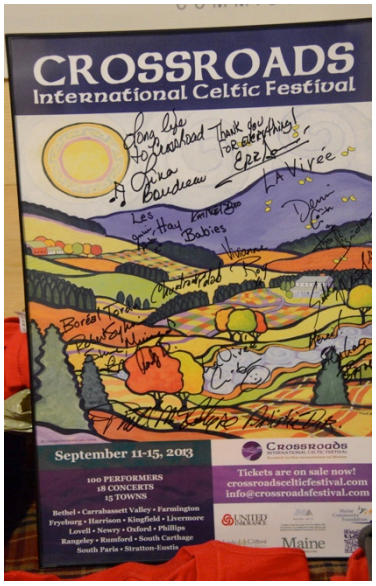
- ✓ 80% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie, et 20% « satisfaits ».
- ✓ 40% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont dit avoir reçu une offre d'achat de spectacle de la part d'un ou des acheteurs internationaux, et 100% de ces offres se tiendront sur de nouveaux marchés.
- ✓ 100% on dit vouloir continuer à développer le marché des États de la Nouvelle Angleterre, 80% le Maine, et 80% la Côte Sud-Est (de New York jusqu'à la Louisiane)

Commentaires :

- ✓ *Très bonne qualité de délégués pour la première édition. Bravo*
- ✓ *Belle opportunité! Bien apprécié la chance de rencontrer des délégués lors du festival, merci bien!*
- ✓ *Les choix des délégués était excellents et l'organisation aussi. Grand merci à Christine Lavoie!*
- ✓ *Peut-être un peu moins de voyagement entre les activités nous permettrait de participer davantage.*
- ✓ *Concernant les délégués, ils font face aux mêmes défis qu'ici, l'argent!!!*

ANNEXES

a) INVITATION PRO en français et en anglais
b) PUBLICITÉ pour Folk Alliance International (FAI)
c) APPEL D'OFFRES consultant en développement de marché (américain)
d) CONTRAT DE SERVICE avec Atlantica Group
e) ENTENTE DE COLLABORATION avec Crossroads International Celtic Festival
f) COMMUNIQUÉ du Festival
   - « Acadian francophone Artists from Atlantic Canada Featured »
g) COMMUNIQUÉS du Festival de la SNA/SPAASI
   - « Les artistes acadiens en mission d'affaires au Maine »
   - « Acadian artists to be featured at Crossroads Festival »
   - « Media Advisory : Acadian Showcase and Trade Mission »
h) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles
i) LISTE DES PROFESSIONNELS
j) LISTE DES RENCONTRESÉCLAIR
k) LISTE DES PARTICIPANTS aux activités pros
l) NOTES D'ALLOCUTION de la SPAASI
m) DEBRIEFING DES DÉLÉGUÉS PROS
n) PHOTOS DES ACTIVITÉS
o) TÉMOIGNAGES des participants
p) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI
q) RAPPORT D'ACTIVITÉS d'Atlantica Group
r) SONDAGES aux délégués internationaux et aux exportateurs
s) PROGRAMME du Festival
t) DOSSIER DE PRESSE du Festival
u) BLOG d'Atlantica Group
v) FACEBOOK SPAASI
w) FACEBOOK du Festival



Affiche du Festival signée par
tous les artistes en concert

VOLET #3 : DÉMARCHAGES

La SPAASI avait 3 activités de démarchage prévues pour la saison 2013-2014, dont une mission vers les marchés américains (en préparation à la foire commerciale prévue au Maine pour l'automne 2013), une en France dans un marché mieux connu, et une dernière en Belgique vers un tout nouveau marché en développement. À noter que les deux dernières activités ont eu lieu lors du même déplacement et sont ainsi rapportées ensemble ci-dessous.

1. FESTIVAL INTERNATIONAL DE LOUISIANE, DU 24 AU 28 AVRIL 2013 À LAFAYETTE, ÉTATS-UNIS

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 15 nouveaux professionnels internationaux
- ✓ 3 rencontres professionnelles
- ✓ 1 journée pro
- ✓ 250 cartes de postes d'écoute distribuées
- ✓ 350 000 festivaliers

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

La SPAASI a rencontré 15 nouveaux professionnels internationaux lors de sa mission de démarchage à Lafayette, incluant 10 diffuseurs (67%) originaires principalement de la Louisiane. La SPAASI en a profité pour étudier les opportunités de partenariats sur ce territoire, et pour inviter les acheteurs nouvellement rencontrés à la foire commerciale prévue au Maine pour l'automne suivant. Plusieurs de ces professionnels ont confirmé leur intérêt à programmer des artistes acadiens et à prendre part à de telles rencontres pros.

Organisation		Nom	Secteur	Pays	N/R	D/C/MS
1	Acadiana Center for the Arts	Mr. Gerd Wuestemann	Diffuseur	Louisiane	N	D
2	Alliance Française de Cincinnati	M. Yvan Verbesselt	Diffuseur	Ohio	N	D
3	Bassinaud Rooms & Stone Cottage	M. Daniel Rodgers	Diffuseur	France	N	MS
4	Conseil pour le développement du français en Louisiane (CODOFIL)	M. Jean-Robert Frigault	Associatif	Louisiane	N	MS
5	Consulat Général de France à la Nouvelle-Orléans	Mme Béatrice Germain	Gouvernement	Louisiane	N	MS
6	Diaspora Music Group	Mr. David Lobel	Diffuseur	Louisiane	N	D
7	Embassy of Belgium in Washington DC & Francophone Cultural festival	M. Bernard Gennan	Gouv. & Diffuseur	Belgique	N	D
8	Festival International de Louisiane & LIME Mixer	Ms. Lisa Strafford	Festival & Renc. prof.	Louisiane	N	D
9	Le Centre International de Lafayette	M. Philippe Gustin	Gouvernement	Louisiane	N	MS
10	Le Centre International de Lafayette	M. Christophe Pilut	Gouvernement	Louisiane	N	MS
11	Louisiane-Acadie	M. Ray Trahan	Associatif	Louisiane	N	D
12	Louisiane-Acadie	M. Randal (Randy) Ménard	Associatif	Louisiane	N	D
13	Nunu Collective	Mr. George Marks	Diffuseur	Louisiane	N	D
14	Savannah Music Festival	Mr. Ryan McMaken	Diffuseur	Georgia	N	D
15	Vermillonville Living History & Folk Life Park	Mme Rachelle Dugas	Associatif	Louisiane	N	D
			15 = Nouveaux 0 = Récurrents	10 = Diffuseurs 5 = Membres de soutien		
Canadien						
16	Festival du Voyageur	M. Julien Desaulnier	Festival	Manitoba		

Autres contacts internationaux faits sur place mais non rencontrés						
17	Artmosphere Bistro	Ms. Berry Kemp	Salle	Louisiane	N	D
18	Blue Moon Saloon & Guesthouse	Mr. Mark Falgout	Salle	Louisiane	N	D
19	Café des Amis		Salle	Louisiane	N	D
20	Center for Cultural and Eco-Tourism, University of Louisiana at Lafayette	Ms. Jennifer Ritter Guidry	Salle	Louisiane	N	D
21	Centre de la Francophonie des Amériques	M. Denis Desgagné	Associatif	Québec	R	C
22	Cité des arts de Lafayette	Ms. Christy Leighton	Salle	Louisiane	N	D
23	Festival Acadien et Créoles	M. Barry Ancelet	Festival	Louisiane	N	D
24	Festival Acadien et Créoles	M. Patrick Mould	Festival	Louisiane	N	D
25	Festival de Jazz de la Nouvelle-Orléans	Mr. Ben Sandmel	Festival	Louisiane	N	D
26	Valcour Records	M. Lucius Fontenot	Label	Lousiane	N	C

RENCONTRES PROFESSIONNELLES

La SPAASI avait organisé cinq rencontres officielles lors de son séjour en Louisiane. Malheureusement, la rencontre avec le Festival acadien et Créole de Lafayette a été annulée pour cause de maladie de la part du délégué, tandis que la rencontre avec le Centre International de Lafayette a été remise plusieurs fois par le délégué avant d'être finalement annulée. Malgré tout, trois rencontres ont eu lieu, chacune présentant d'excellentes opportunités de partenariat entre l'Acadie et la Louisiane francophone.

Rencontres avec professionnels internationaux	Opportunités
M. Ray Trahan M. Randy Ménard Louisiane-Acadie	Organise « Le Grand Réveil » acadien en 2016.Aimerait faire partie du CRIA.
M. Jean-Robert Frigault CODOFIL	Aimerait faire partie du CRIA. Début d'un répertoire des artistes acadiens de la Louisiane. Franchise CRIA. Opportunité de travailler avec les diffuseurs scolaires et universitaires.
Mr. Gerd Wuestemann Acadiana Centre for the Arts	Proposition de faire un coplateau à l'international et sur nos territoires respectifs. Possibilité de faire un documentaire. Participation au CRIA.
M. Barry Ancelet M. Patrick Mould Festival Acadien et Créole	Rencontre annulée
M. Philippe Gustin M. Christophe Pilut Centre International de Lafayette	Rencontre annulée

JOURNÉE PRO

La SPAASI a aussi participé à la journée professionnelle organisée par le Festival. Le « Louisiana International Music Expo (LIME) Mixer » mettait en vedette une demi-douzaine d'artistes de la Louisiane, additionnées de rencontres éclair. Malheureusement, cette journée professionnelle n'a pas été aussi productive qu'espérée. Il était très difficile de rencontrer les professionnels puisqu'il n'y avait pas de temps consacré au réseautage et seuls les artistes de la région pouvaient participer aux rencontres éclair. De plus, les professionnels n'étaient pas identifiés et il n'y avait pas non plus de liste des délégués présents. La SPAASI a tout de même réussi à rencontrer quelques diffuseurs, mais très peu comparativement aux nombres de diffuseurs présents pourtant intéressés aux artistes francophones. Ce fut une expérience de réseautage très difficile.

Vitrine au Blue Moon Saloon lors des rencontres pro LIME du festival

AUTRES ACTIVITÉS DE RÉSEAUTAGE

Heureusement, la SPAASI a participé à deux autres activités réseautage : une réception pour les délégués internationaux au Centre International de Lafayette, et le jam des artistes acadiens à l'Auberge Mounier. Même si ces activités n'étaient pas dédiées aux professionnels de l'industrie de la musique, c'est à ces endroits que la SPAASI a rencontré le plus grand nombre de professionnels.

Jam des artistes acadiens et cajuns à l'Auberge Mounier

Réception du Centre International de Lafayette à l'Hôtel de Ville

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il n'y avait pas d'artistes acadiens en concert ou en vitrine pro pendant le Festival, mais il y avait quand même deux artistes et une agence acadienne présentes.

	Nom	Secteur	Pays
1	Mme Carol Doucet	Agence	Acadie
2	Mme Lisa LeBlanc	Artiste	Acadie
3	Mme Viviane Roy (Les Hay Babies)	Artiste	Acadie

PERSPECTIVES D'AVENIR

En somme, ce marché est très différent du marché canadien ou du marché européen. La façon de faire est très décontractée (plusieurs professionnels préféraient qu'on les appelle le matin même pour prendre rendez-vous), les rencontres professionnelles sont peu ou pas du tout structurées, et il est difficile de s'y intégrer. Par contre, les diffuseurs rencontrés étaient très intéressés à en apprendre plus sur les artistes acadiens et à participer à la prochaine FrancoFête. Environs 500 cartes de postes d'écoute du CRIA ont également été distribuées aux festivaliers.

Depuis ce démarchage, la SPAASI a observé plusieurs résultats directs, incluant :

En 2013 :

- inscription de M. Bernard Geenen (Francophone Cultural Festival) et de M. Mark Falgout (Blue Moon Saloon) à la foire commerciale Crossroads

En 2014 :

- présence de 5 artistes acadiens au Festival International de Louisiane (Suroit, Radio Radio, Dominique Dupuis, Ten Strings and a Goat Skin, Les Hay Babies)
- inscription de M. Scott Feehan (Festival International de Louisiane) et de M. Barry Ancelet (Festival Acadien et Créole) à la foire commerciale CMA

En 2015 :

- préparation de l'événement « Le Grand Réveil » avec les artistes acadiens à l'honneur à Lafayette
- présence d'une artiste acadienne au Festival International de Louisiane (Lisa LeBlanc)

ANNEXES

a) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
   - « La SPAASI en mission de démarchage aux États-Unis »

b) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI

c) PHOTOGRAPHIES du site de Festival

d) FACEBOOK SPAASI

Visite scolaire au site du festival

2. FRANCOFOLIES DE LA ROCHELLE, DU 12 AU 16 JUILLET 2013 À LA ROCHELLE, FRANCE et FRANCOFOLIES DE SPA, DU 17 AU 21 JUILLET 2013 À SPA, BELGIQUE

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 29 professionnels internationaux
- ✓ 4 rencontres professionnelles
- ✓ 1 journée pro
- ✓ 750 cartes de postes d'écoute distribuées
- ✓ 90 000 festivaliers à La Rochelle et 200 000 à Spa

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

La SPAASI a rencontré 29 professionnels internationaux lors de sa mission de démarchage à La Rochelle et à Spa, incluant 16 nouveaux professionnels (55%) et 15 diffuseurs (52%). La SPAASI en a profité pour inviter ces acheteurs à la prochaine FrancoFête en Acadie.

	Organisation	Nom	Secteur	Pays	N/R	D/C/MS
1	A.R.E. Music	Mme Candice Wachel	Label	Belgique	N	C
2	Absilone Technologies	M. Fabrice Absil	Synchro	France	R	D
3	Cabalance	M. Michaël Content	Formation	Belgique	N	MS
4	Catalyse	Mme Aurélie Agnès	Formation	Suisse	N	MS
5	Centre Wallonie-Bruxelles à Kinshasa	M. Brain Tshibanda	Salle	Congo	N	D
6	Chantons sous les pins	Mme Marie Aumoine	Festival	France	N	D
7	Éclats Spectacles	M. Antoine Allouthery	Booking	France	N	C
8	Festival L'Estival de St. Germain en Laye ; FFCF	M. Marc Pfeiffer	Festival	France	R	D
9	Festival Pause Guitare, Arpèges et Trémolos	M. Alain Navarro	Festival	France	R	D
10	Francofolies de Spa	M. Charles Gardier	Festival	Belgique	R	D
11	Gouvernement du Québec - Délégation générale à Paris	M. Stéphane Konopczynski	Gouv.	France	R	MS
12	Improbables Consulting	M. Christian Bordarier	Festivals	France	R	D
13	Jerkov Musiques - Festival Groland - Festival des Intimités -	M. Christophe Rymland	Festival	France	N	D
14	La Bouche d'Aire de Nantes	M. André Hisse	Salle	France	R	D
15	La Cité Nantes Events Center	M. Paul Billaudeau	Salle	France	R	D
16	Le Rabelais; Festival Attention les Feuilles	M. Laurent Boissery	Festival	France	N	D
17	Le Terrier Productions	M. Pierre Marescaux	Booking	France	N	C
18	Le Terrier Productions	M. Robin Sen Gupta	Booking	France	N	C
19	Les Bains-Douches Scène Chanson	M. Jean-Claude Marchet	Salle	France	N	D
20	Les Productions Virago, Québecofolies, Francofolies de Spa	M. Charles Pirnay	Festival	Belgique	R	D
21	Magazine FrancoFans	M. Benjamin Valentie	Média	France	N	C
22	Magazine Longueur d'Ondes	M. Serge Beyer	Média	France	R	C
23	Pan Piper	M. Alain Paré	Salle	France	R	D
24	Team 4 Action	M. Claude Martin	Synchro	Belgique	N	C
25	Trianon Transatlantique	M. Régis Sénécal	Salle	France	R	D
26	Wallonie-Bruxelles Musique (WBM)	M. Patrick Printz	Associatif	Belgique	R	C
27	WTPL Music	M. Xavier (Bill) Collin	Synchro	France	N	C
28	www.passionchanson.net	M. Daniel Barbieux	Média	Belgique	N	C
29	Zamora Productions	M. Sebastien Zamora	Booking	France	N	C
			16 = Nouveaux	15 = Diffuseurs		
			13 = Récurrents	12 = Collaborateurs		
				2 = Membres de soutien		
Canadiens						
30	Coup de Cœur Francophone, Montréal	M. Alain Chartrand	Rencontre pro	Québec		
31	Festival du Voyageur à Winnipeg	Mme. Ginette Walters	Festival	Manitoba		
32	Festival international de la chanson de Granby	M. Pierre Fortier	Rencontre pro	Québec		

RENCONTRES PROFESSIONNELLES

LA ROCHELLE : Les rencontres professionnelles à La Rochelle n'ont pas été aussi productives qu'espéré. En fait, il était presqu'impossible de rencontrer les diffuseurs puisqu'il n'y avait pas de temps ou de lieu consacré au réseautage entre professionnels. Il n'y avait pas non plus de liste de professionnels inscrits, et les professionnels n'étaient pas identifiés. La section pro était en fait une section "VIP" avec plusieurs milliers de personnes y ayant accès. Nous avons tout de même réussi à rencontrer une dizaine de professionnels de l'industrie, et distribué environ 250 cartes de postes d'écoute aux festivaliers.

Les Hay Babies en concert-vitrine à La Rochelle dans le cadre des Québecofolies

SPA : Les rencontres professionnelles à Spa ont été très fructueuses. Il y avait plusieurs occasions de réseautage (vitrine pro, réceptions, dîners, hébergement pro au même hôtel, etc.) qui ont permis aux gens de se rencontrer à plusieurs reprises et de tisser des liens. La plupart des nouveaux professionnels ont été rencontrés lors de ce démarchage. Ces rencontres étaient très bien organisées et l'accueil était chaleureux. Ce démarchage confirme que la Belgique serait un marché cible pour des développements futurs. Environ 500 cartes de postes d'écoute du CRIA ont été distribuées aux festivaliers.

Rencontres avec professionnels internationaux (à Spa)	**Opportunités**
M. Alain Paré Pan Piper (Paris)	Aimerait devenir partenaire pour le « Prix Étoile » qui consiste en une tournée européenne pour deux artistes acadiens. Peut financer jusqu'à 10 000$, avec journée pro sur Paris et le Magazine Longueur d'Ondes comme partenaire média. Cherche des opportunités d'investissement en Acadie.
M. Charles Pirnay Virago Productions (Montréal) Les Québecofolies (Europe) Francofolies de SPA (Belgique)	Aimerait présenter un village acadien aux Franco de Spa, en collaboration avec François Emond, directeur du Pavillon Expérience Acadie (Festival Interceltique de Lorient). Désire accroitre la participation d'artistes acadiens dans le cadre des Québecofolies, ou bien même créer un nouvel événement : « Les Acadiefolies »
M. Christian Bordarier Improbables Consulting (France)	Discussion sur les termes d'embauche d'un consultant-mentor pour gérer le Prix Étoile à l'international (logistique + booking).
M Fabrice Absil Absilone Technologies (France)	Présenter un atelier sur l'édition musicale et la synchronisation à la prochaine FrancoFête
M. Paul Billaudeau, La Cité des Congrès de Nantes (France) & M. André Hisse, La Bouche d'Air de Nantes (France)	Discussion sur les échanges Nantes/Acadie (résidences d'artistes, programmation annuelle et tournées coplateaux)

JOURNÉES PROS

La SPAASI a participé aux journées professionnelles « Les Québecofolies » qui avaient lieu dans le cadre des deux festivals. Cette activité, organisée par Virago Productions de Montréal et financée par Musicaction, mettait en vedette quatre artistes canadiens, dont Les Hay Babies du Nouveau-Brunswick. Dans le cadre de La Rochelle, les professionnels étaient invités à voir les artistes en concert devant public, tandis qu'à SPA, les vitrines étaient présentées uniquement aux professionnels (sur invitation) en plus d'être accompagnées d'une réception et suivies d'un dîner réseautage. Il y avait environ 600+ festivaliers au concert à La Rochelle et 150+ professionnels à Spa aux rencontres pros.

Rencontre pro dans le cadre des Québecofolieses aux Franco de Spa, avec Les Hay Babies en vitrine

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait trois artistes/groupes acadiens invités sur le deux festivals, dont Les Hay Babies qui étaient aussi en vitrine dans le cadre des QuébecoFolies. L'agence Carol Doucet Communications était également sur place dans les deux festivals.

	Nom	Secteur	Pays	La Rochelle	Spa
1	Mme Lisa LeBlanc	Artiste	Acadie	Concert	Concert
2	Les Hay Babies	Groupe	Acadie	Vitrine	Vitrine et Concert
3	Mme Natasha St-Pier	Artiste	Acadie	-	Concert
4	Mme Carol Doucet	Agence	Acadie	Oui	Oui

PERSPECTIVES D'AVENIR

Lors de ce démarchage aux Francofolies de La Rochelle et aux Francofolies de Spa, nous avons rencontré plusieurs intervenants de l'industrie de la musique dont des acheteurs diffuseurs et collaborateurs, ainsi que des représentants gouvernementaux et associatifs. Ces rencontres nous ont permis de développer de nouveaux partenariats et projets à court et à plus long terme. De plus, plusieurs de ces professionnels et nouveaux acheteurs ont confirmé leur intérêt à prendre part à la FrancoFête 2013. Ce démarchage était essentiel pour notre stratégie de stabilisation du marché français et de développement du marché belge.

Depuis ce démarchage, la SPAASI a observé plusieurs résultats directs, incluant :

En 2013 :

- inscription de 2 nouveaux professionnels (M. Alain Paré du Pan Piper et M. Serge Beyer du Magazine Longueur d'Ondes) à la Francofête, et de 5 autres professionnels récurrents : M. Fabrice Absil (Absilone Technologies), M. Charles Pirnay (Les Productions Virago, Québecofolies, Francofolies de Spa), M. Christian Bordarier (Improbables Consulting), M. Marc Pfeiffer (L'Estival, Fédération des Festivals de Chanson Francophone), M. Paul Billaudeau (La Cité de Nantes)
- présentation d'un atelier sur la synchronisation à la FrancoFête

En 2014 :

- inscription de 5 autres professionnels récurrents : M. Stéphane Konopczynski (Gouvernement du Québec - Délégation générale à Paris), M. Régis Sénécal (Trianon Transatlantique), M. Christian Bordarier (Improbables Consulting), M. Paul Billaudeau (La Cité Nantes Events Center)
- mise en place d'un nouveau programme d'accompagnement en développement de carrière à l'international et jumelage du consultant-mentor Karl Ouchet avec l'agence acadienne Agence Wade
- présentation de la première édition du village acadien « Expérience Acadie » aux Francofolies de Spa, en collaboration avec l'entreprise acadienne Productions Klef (François Émond)
- présentation des 3 groupes acadiens aux Francofolies de Spa et en vitrine aux Québecofolies de Spa (Les Hôtesses d'Hilaire, Prenez garde!, et Caroline Savoie)

En 2015 :

- préparation de la deuxième édition du village acadien aux Francofolies de Spa

Foule sur le site du festival aux Francofolies de Spa

ANNEXES

e) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
   - « La SPAASI s'envole vers l'Europe! »

f) NOTES DE VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI

g) PROGRAMME des Francofolies de La Rochelle

h) PROGRAMME des Francofolies de Spa

i) INVITATION PRO aux Québecofolies à Spa

j) DOSSIER DE PRESSE

k) FACEBOOK SPAASI

Lisa LeBlanc en concert aux Francofolies de Spa

VOLET #4 :
CENTRE DE RESSOURCES INTERNATIONAL ET ACADIEN (CRIA)

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 22 523 pages vues, 7 175 visites et 4 593 visiteurs uniques sur le CRIA
- ✓ 1 500 cartes de postes d'écoute du CRIA
- ✓ 308 profils de professionnels internationaux, dont 210 nouveaux
- ✓ 114 profils d'artistes-exportateurs, dont 41 en musique
- ✓ 38 artistes/groupes acadiens ayant reçu un appui à l'exportation depuis 2011
- ✓ 32 artistes/groupes ayant exporté en 2013-2014
- ✓ 19 de ces exportateurs ayant reçu un appui direct de la SPAASI
- ✓ 1 lancement officiel du CRIA 2.0 avec traduction du volet musique

CRIA 2.0

La deuxième phase du CRIA est maintenant complétée, incluant la mise en ligne des cinq nouveaux volets (arts visuels, cinéma, danse, théâtre et littérature), la version anglaise du volet musique (pour faciliter le lien avec les acheteurs anglophones), et une carte géographique avec les profils des professionnels internationaux. Une formation sur l'utilisation du site a été offerte aux représentants d'artistes pour mettre eux-mêmes à jour les profils de leurs artistes.

La SPAASI a également changé l'adresse du site pour passer de www.acadie-europe.com à www.acadie-export.ca pour mieux refléter sa portée internationale (non plus centrée sur l'Europe) et aussi son rôle en matière d'exportation. Pour encore mieux refléter cette nouvelle réalité, plusieurs outils marketing seront dorénavant bilingues, tels que les lettres d'invitation, cartons promotionnels et les cartes de postes d'écoute.

Nouveau répertoire des professionnels internationaux sur le CRIA

En tout, ce sont 73 nouveaux artistes-exportateurs acadiens qui ont été ajoutés au site dans ces nouveaux volets, dont 24 en arts visuels, 19 en littérature, 14 en théâtre, 9 en danse et 7 en cinéma. En musique, 6 nouveaux profils ont également été ajoutés aux 35 existants, pour un total de 41. Le nombre de profils d'artistes exportateurs acadiens est maintenant de 114, comparativement à 31 profils au 31 mars 2011.

Le lancement officiel de la version 2.0 du site a eu lieu lors de la FrancoFête en Acadie 2013 devant environ 250+ invités.

DÉVELOPPEMENT DES AUTRES DISCIPLINES

La SPAASI a débuté son travail de rencontre avec les artistes et représentants d'artistes des disciplines récemment ajoutés au CRIA. Ces derniers ont d'abord été invités au lancement du CRIA 2.0 (pour l'annonce de l'ajout des nouveaux volets), ce qui a été suivi de plusieurs rencontres entre la SPAASI et ses intervenants sur les opportunités de développement des marchés internationaux et d'intégration aux activités de la SPAASI (ex. : promotion des artistes/organisations artistiques déjà présentes en territoire étranger dans la section nouvelle sur du CRIA et de son calendrier de tournée, recherche d'acheteurs potentiels lors des activités de démarchage existantes, addition de vitrines non musicales lors des rencontres SPAASI, promotion d'une approche multisectorielle auprès des acheteurs, etc.).

Toutes ces propositions ont pris forme au cours de la saison 2014-2015, mais il reste encore beaucoup à faire pour rejoindre le volet musique. Par contre, la SPAASI a noté un intérêt marqué des secteurs des arts visuels, du théâtre et de la littérature envers le développement des marchés internationaux, et un accroissement de leur exportation suite au travail initié en collaboration avec la SPAASI. Une rencontre de planification stratégique, prévue pour 2015-2016 avec les artistes et représentants de ces industries, permettra d'identifier plus exactement les secteurs prioritaires et actions à venir pour la SPAASI.

VENTE DE PUBLICITÉ

Depuis sa fondation, la SPAASI avait pour objectif à moyen et long terme de vendre de la publicité sur le CRIA afin d'assurer son autosuffisance financière. Les revenus serviraient ainsi à défrayer les coûts liés à l'administration, la mise à jour et le développement de nouveaux contenus pour le site. Un premier appel d'offres pour un consultant responsable de la vente de commandites fut lancé en janvier 2013, permettant ainsi de vendre 4 publicités (pour un montant de 4 000 $ moins 10% de commission, soit seulement 50% de l'objectif visé). Un second appel d'offres fut lancé en février 2014 et un consultant retenu, mais cette fois-ci, aucune publicité n'a été vendue.

Même si la SPAASI compte poursuivre cette approche, il est peu probable que l'autosuffisance financière soit atteinte uniquement grâce à la vente de publicités. La recherche de commandites pour des activités précises, telles que le transport aérien des artistes ou l'accueil de professionnels internationaux semble intéresser davantage les commanditaires potentiels. Une autre option est la vente d'une franchise du CRIA. La SPAASI discute présentement de cette éventualité avec trois régions partenaires : la Louisiane, le Maine et les provinces de l'Ouest canadien (via l'Association nationale de l'industrie de la musique (ANIM) et le Réseau Ontarois). Dans tous les cas, les économies et revenus réalisés seront réassignés au CRIA. Une participation financière des deux autres provinces (Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve) sera également nécessaire.

VENTE DE CD EN LIGNE

Distribution Plages demeure le partenaire officiel de la SPAASI en ce qui a trait à la vente en ligne. Le nombre de « référencements » du CRIA vers Distribution Plages est de 10 visites (comparativement à 70 en 2011-2012 et 25 visites en 2012-2013). Cette diminution reflète bien l'état de l'industrie du disque et l'arrivée des nouvelles plateformes numériques comme ITunes, ReverbNation, Spotify, et CD Baby.

De plus grands joueurs encore s'ajouteront au cours des prochaines années, comme Google Play et SoundCloud. L'achat à la carte domine maintenant sur toutes les plateformes, tandis que la vente de disques s'effectue désormais lors des concerts. Le nombre de référencements n'est donc plus une mesure de succès adéquate pour évaluer les ventes initiées à partir du CRIA.

FRÉQUENTATION DU SITE WEB

Un grand total de 22 523 pages (comparativement à 20 846 en 2012-2013 et 4 106 pages en 2011-2012) **ont été vues sur le CRIA en 2012-2013, soit 7 175 visites, 4 593 visiteurs uniques** (une augmentation de 10% par rapport à 2012-2013). **43% de ces visiteurs sont étrangers** (comparativement à 52% en 2013-2014 et 30% en 2011-2012). Ces derniers sont principalement **originaires de la France (30%), mais aussi des États-Unis et de la Belgique à 2% chacun**. D'autres pays sont aussi représentés, mais à seulement 1%, incluant le Brésil, la Suisse, l'Allemagne, la Côte d'Ivoire, l'Espagne et le Bénin.

On peut noter une **nette amélioration des visites en provenance des États-Unis (+149% dont 36% en provenance du Maine et 14% de la Louisiane) et de la Belgique (+68%)**. Même chose du côté des nouveaux utilisateurs. En fait, ces nouvelles visites coïncident avec la distribution des cartes de postes d'écoute lors des activités de repérage à l'international. Ainsi, on remarque une augmentation de **49% de nouveaux visiteurs en provenance de la France et de 73% en provenance de la Belgique en juillet 2013**, soit pendant les démarchages aux Francofolies de La Rochelle (France) et de Spa (Belgique). Le même schéma se retrouve en septembre 2013 lors de la foire commerciale Crossroads avec une **augmentation de 79% de nouveaux visiteurs en provenance des États-Unis.**

Les 1 500 cartes de postes d'écoute distribuées ont ainsi généré **325 nouvelles visites** sur la page des Postes d'écoute, soit **un taux de pénétration du public cible de 22%**. La page des postes d'écoute est la sixième page la plus visitée du CRIA. Il s'agit ici d'un recul comparativement à l'année précédente, alors que 3 500 cartes de postes d'écoute avaient été distribuées (dont 2 500 au Festival Interceltique de Lorient), et où la page des postes d'écoute arrivait au deuxième rang avec 934 visiteurs uniques.

Mise à part la page d'accueil, les autres pages les plus visitées sont :

1. « Répertoire des Artistes en Cinéma, Danse et Théâtre » avec 19% des visites, soit 1 354 fois et 854 nouveaux utilisateurs
2. « Répertoire des professionnels » avec 17% des visites, soit 1 241 fois et 1 031 nouveaux utilisateurs
3. « Calendrier » avec 15% des visites, soit 1 058 fois et 659 nouveaux utilisateurs
4. « Répertoire des Artistes en Musique » avec 11% des visites, soit 817 fois et 480 nouveaux utilisateurs
5. « Volet Musique » avec 8% des visites, soit 543 fois et 194 nouveaux utilisateurs
6. « Postes d'écoute » avec 8% des visites, soit 540 fois et 325 nouveaux utilisateurs

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS D'EXPORTATION

Depuis sa création en 2011, le CRIA est devenu une source importante d'information pour les membres de l'industrie. Selon un sondage effectué par la SPAASI auprès des artistes et représentants d'artistes acadiens, 71% (soit 24 des 34 répondants) ont consulté le CRIA et parmi ces derniers, 21% (5 répondants sur 24) ont indiqué que le site les a aidés à vendre au moins un concert ou à initier un contrat à l'international au cours de la dernière année. De plus, **80% des répondants ont indiqué que le CRIA leur était « Utile » ou « Très utile »** pour le développement de leur carrière à l'international.

À titre d'exemple, la liste des professionnels inscrits au CRIA approuvée par la SPAASI est passée de 98 à 308 acheteurs (diffuseurs et collaborateurs) internationaux, **une augmentation de plus de 300%**! L'ajout d'une carte géographique de ces professionnels répartis sur le territoire a aussi permis de faciliter le repérage de lieux de diffusion potentiels pour les artistes en préparation de tournée.

Un autre outil important est le calendrier du CRIA, utilisé par les diffuseurs intéressés à programmer des artistes acadiens déjà présents sur leur territoire (en tournée). Le CRIA offre également aux exportateurs des informations à jour sur comment tourner à l'international, comme les activités de foires commerciales et de vitrines, les permis de travail, le rôle des tourneurs et bookers, comment dédouaner sa marchandise et ses instruments, etc. Finalement, la SPAASI répond quotidiennement à des demandes d'information précises

servant à mettre en lien les artistes acadiens et les professionnels internationaux, ou encore à appuyer les artistes acadiens dans leur démarche d'exportation.

Pour les artistes ayant exporté, **la valeur médiane des ventes directes et indirectes liées à l'exportation se chiffrait à 25 800 $ en 2013-2014, pour un grand total de 825 600 $**, comparativement à 410 000 $ l'année précédente.

Voiçi les commentaires des artistes utilisateurs du CRIA afin d'améliorer son efficacité :

- ✓ *Je pense sincèrement qu'il y a du potentiel en Acadie au niveau de la musique classique avec des artistes de très haut niveau comme : Suzie Leblanc, Chantal Dionne, Carl Philippe Gionet, Michel Cardin, Roger Lord, Lisa Roy pour ne nommer que ceux là. Pourquoi pas un regroupement de musiciens classiques et bâtir quelques choses autour de ce noyau...!!!! Mais je désire vous féliciter pour votre travail colossal et indispensable pour la promotion des artistes acadiens. LONGUE VIE À VOUS!*
- ✓ *Bien que Vishtèn fasse des concerts/tournées en France, en Belgique et en Suisse, le groupe souhaite faire plus de développement dans d'autres pays de l'Europe, tels que l'Allemagne, l'Écosse, la Suède, la Norvège, etc., aux États Unis et en Australie. Sur le site d'Acadie Export, dans la section "Tourner à l'International", on retrouve seulement des infos sur "Tourner en France" et des informations sur des salles en France, en Belgique et en Suisse. C'est bien, mais ça serait beaucoup plus intéressant pour nous de pouvoir y retrouver des informations sur des vitrines, des diffuseurs, des agents dans d'autres pays, tels que ceux mentionnés plus haut. À notre avis, la musique de Vishtèn, ainsi que d'autres groupes acadiens, pourrait profiter grandement d'une visibilité et d'un appui à l'extérieur des pays francophones - il y a de l'intérêt pour ça!*
- ✓ *représentation a des marchés internationaux ex Bis de Nantes*
- ✓ *Plus de promotion médiatique sur une base continue et promotion plus large auprès des professionnels.*
- ✓ *Offrir des consultations privées sur les modes de financement, nous dire si nous sommes admissibles à ces programmes. NB l'année dernière 2013 au 31 mars 2014 est la seule année où mon Artiste n'a pas été présente en Europe. Nous y reprenons les spectacles à compter de septembre 2014.*
- ✓ *Je sais par expérience que la SPAASI est un levier exceptionnel dans l'univers musical acadien et un lien efficace, voire nécessaire, entre les artistes et la scène internationale. Du point de vue des Jeunes d'Asteure, encore émergent dans les Maritimes mais non moins sérieux, motivé et ambitieux, la SPAASI commence à nous intéresser. Comprenant que la SPAASI n'est pas, comme le précise la question, un organisme offrant du financement, nous déplorons quand même qu'elle ne puisse pas toujours assurer un minimum de rémunération aux artistes qui participent à ses vitrines. En fait, c'est la seule critique qui nous vienne à l'esprit à ce stade de notre carrière.*
- ✓ *Je crois que l'initiative d'organiser ces divers évènements de rencontre est un excellent moyen pour créer le contact avec les artistes de tous les niveaux et de tous les styles. Seule suggestion, à mon avis, serait de supporter les artistes, peu importe leur style et leur niveau d'expérience comme artiste émergent, et de leur montrer le chemin pour se développer à leur maximum.*
- ✓ *Améliorer la facilité de mettre à jour nos profils sur la page web. C'est crucial.*
- ✓ *Faciliter la mise à jour de notre profil artiste sur le site car l'interface actuelle est difficile à utiliser. Merci!*
- ✓ *Je crois qu'il se passe toutes sortes de beaux projets entre quelques artistes acadiens et certains programmateurs suisse et français par exemple, mais que ce sont souvent les mêmes artistes qui s'y produisent…Comment faire personnellement pour "percer" cette "zone"..? Je ne sais trop! Personnellement, je trouve très difficile pour une artiste comme moi qui fais dans le pop-jazz et qui n'es pas du tout au goût de la plupart des diffuseurs internationaux présents à la Francofête, préférant de loin le folklore, la chanson pop ou des artistes vedettes qui génèrent inévitablement plus d'attention que d'autres qui se retrouvent un peu plus dans l'ombre… Peut-être n'ai-je pas eu la chance de suffisamment de "développer" une "amitié" professionnelle avec ces derniers, comme d'autres y sont parvenus? Cela reste pour moi une énigme… Je suis présente en vitrines, j'exprime mon désir de participer à certains de ces projets en approchant les programmateurs internationaux et aussi les organisateurs ou collaborateurs du milieu acadien mais je me retrouve toujours dans une position où je n'ai pas de "poids" face à ce genre de situation. Donc, imaginez la difficulté pour moi d'intéresser un délégué international via Internet..? Mystère et boule de gomme. Cela dit, je crois que votre site est indispensable et peut faciliter les contacts pour certains artistes acadiens, enfin, ceux qui ont un style musical en "demande" auprès des délégués. Mon souhait le plus grand serait qu'il y ait une plus grande ouverture, une plus grande place pour tous les artistes acadiens, peu importe leur style musical.*
- ✓ *Je pense que la SPAASI fait du beau travail. Je pense que les salons organisés sont une bonne façon de promouvoir*

nos artistes, tout en présentant des ateliers pour les différents intervenants dans le domaine artistique (gérants, artistes, etc.).

- ✓ *Offrir un meilleur suivi avec les réseaux de diffuseurs européens. Peut-être une infolettre régulière avec les offres, demandes, etc des diffuseurs européens. Pourquoi pas un travail entrepris avec les municipalités elles-mêmes ? Il existe des centaines de villes en France jumelées à des villes québécoises et/ou franco-canadiennes et qui ne semblent pas avoir été approchées pour y proposer des spectacles canadiens lors de leurs évènements estivaux. Il faudrait donc structurer la demande et l'offre canadienne pour ces villes qui sont demandeuses mais pas équipées pour initier elles-mêmes ce développement potentiel.*
- ✓ *Atelier et/ou cours pour nous aider à développer un marché international (tournées, vente d'albums, etc.)*
- ✓ *C est un sujet difficile pour nous de la province de Québec. ;-(*
- ✓ *Le site est un très bon moyen, et pour l'instant, je trouve que la SPAASI sert bien à la promo internationale de La Virée*

ARTISTES EXPORTATEURS

Les artistes acadiens travaillent de plus en plus à l'international. En fait, **32 artistes acadiens ont exporté en 2013-2014**, comparativement à 30 artistes en 2012-2013 et 15 en 2011-2012. Sur ces 32 exportateurs, **59% avaient reçu un appui de la SPAASI**, soit par le biais d'une formation en exportation, d'une activité de réseautage avec des acheteurs internationaux potentiels, ou encore dans le cadre d'une vitrine internationale. De plus, **parmi les 38 artistes/groupes ayant reçu un appui de la SPAASI au cours des deux dernières années, 50% d'entre eux ont exporté en 2013-2014**, et **parmi les 42 membres du CRIA, 38% ont exporté dans cette même période**. De toute évidence, le travail de la SPAASI est intimement lié aux résultats d'exportation des artistes acadiens.

	Artistes et groupes acadiens (musique seulement)	Membre du CRIA	Vitrine internationale SPAASI	Formation et réseautage en exportation SPAASI	Exportateur ayant reçu un appui de la SPAASI	Ayant exporté en 2013-2014	Province
1	Annie Blanchard	2011		2013	Oui	Oui	N.-B.
2	Arsenault	2013	2013	2012	Oui	Oui	I.-P.-É.
3	Blou	2014			-	Oui	N.-É.
4	Bruno Jacques Pelletier	à venir			-	Oui	N.-B.
5	Caroline Savoie	2013		2012	Oui	Oui	N.-B.
6	Cedric Vieno	à venir	2013	2013	-	-	N.-B.
7	Claude Cormier	2011			-	-	N.-B.
8	Colin Grant	2013	2012, 2013		Oui	Oui	N.-É.
9	Colleen Power	à venir			-	Oui	T.-N.-L.
10	Daniel Léger	2011	2012	2012	-	-	N.-B.
11	Danny Boudreau	2011	2012	2012, 2013	-	-	N.-B.
12	Dave Puhacz	à venir		2012	-	-	N.-B.
13	Dominique Dupuis	2011	2012, 2013	2013	Oui	Oui	N.-B.
14	*Dwayne & Duane	2013	2013		Oui	Oui	N.-É., T.-N.-L.
15	Edith Butler	2013			-	-	N.-B.
16	Georges Belliveau	2011	2012		-	-	N.-B.
17	Grand Dérangement	2011			-	Oui	N.-É.
18	Hert Leblanc	2011		2013	-	-	N.-B.
19	Joey Robin Haché	à venir	2012	2012, 2013	-	-	N.-B.
20	John Boulay	2011			-	Oui	N.-B.
21	Joseph Edgar	2011	2012		-	-	N.-É.
22	Kevin McIntyre	à venir		2012	-	-	N.-B.
23	Kin-Ethic	à venir		2013	-	-	N.-B.
24	La Virée	2011	2012, 2013	2013	Oui	Oui	N.-B.
25	Laurie Leblanc	2012		2013	-	-	N.-B.
26	Lennie Gallant	2011	2012		-	-	N.-É.
27	Les Hay Babies	2012	2012, 2013		Oui	Oui	N.-B.

28	Les Hôtesses d'Hilaire	2011	2013	2013	Oui	Oui	N.-B.
29	Les Jeunes d'Asteur	à venir			-	Oui	N.-B.
30	Les Païens	2011		2012, 2013	-	-	N.-B.
31	Lina Boudreau	2011	2012, 2013	2012	Oui	Oui	N.-B.
32	Lisa Leblanc	2011	2012		Oui	Oui	N.-B.
33	Louise Vautour	2011	2012		-	-	N.-B.
33	Marie-Jo Thériault	à venir			-	Oui	N.-B.
35	Marie-Philippe Bergeron	2011			-	-	N.-B.
36	Mario "Fayo" Leblanc	2011	2012	2012	Oui	Oui	I.-P.-É.
37	Michel Thériault	2011	2012	2012	Oui	Oui	N.-B.
38	Monique Poirier	2011	2012	2012	Oui	Oui	N.-B.
39	Nathalie Renault	2011	2012	2012	-	-	N.-B.
40	Pascal Lejeune	2011	2012		-	-	N.-B.
41	Prenez garde!	2012	2012	2012	Oui	Oui	N.-B.
42	Radio Radio	2011			-	Oui	N.-É.
43	Roland Gauvin	2011			-	-	N.-É.
43	Roch Voisine	à venir			-	Oui	N.-B.
45	Ronald Bourgeois	2011			-	Oui	N.-É.
46	Samantha Robichaud	à venir			-	Oui	N.-B.
47	Sandra LeCouteur	2011	2012	2012	Oui	Oui	N.-B.
48	Stephen LeBlanc	2012	2012	2012	-	-	N.-B.
49	Suroit	2011		2013	Oui	Oui	N.-B.
50	Ten Strings and a Goat Skin	2013	2013	2012, 2013	Oui	Oui	I.-P.-É.
51	Terry Gadsden	à venir			-	Oui	N.-B.
52	The Backyard Devils	à venir	2013	2013	Oui	Oui	N.-B.
53	Tradition	2011	2012		-	-	N.-B.
54	Vishtèn	2011			-	Oui	I.-P.-É.
55	Wanabi Farmeur	à venir			-	-	N.-B.
56	Wilfred LeBouthillier	2011	2013	2013	-	-	N.-B.
* est comptabilisé deux fois dans les statistiques provinciales puisque le groupe inclut à la fois un artiste de la Nouvelle-Écosse et un de Terre-Neuve-et-Labrador		**41+1 dont 6 nouveaux en 2013**	**29**	**28**	**19**	**32**	**57 au total***

REPRÉSENTATIVITÉ PROVINCIALE

En plus de l'excellence artistique, la SPAASI est soucieuse d'une représentation juste et équilibrée des artistes en provenance de toutes les provinces du Canada atlantique. Ainsi, il existe une plus grande représentation des artistes hors Nouveau-Brunswick dans les activités SPAASI, en comparaison au nombre de francophones dans leur province respective. Par exemple, l'Île-du-Prince-Édouard qui représente seulement 2% de la population francophone du Canada atlantique est représenté sur le CRIA à un taux de 10% et représente 15% des artistes exportateurs ayant reçu un appui de la SPAASI dans le développement de leur carrière à international.

Province	# d'artistes membres du CRIA	# d'artistes CRIA ayant reçu un appui SPAASI de 2011 à 2014	# d'artistes CRIA avec appui SPAASI ayant exporté en 2013-2014	% de francophone au Canada atlantique
Nouveau-Brunswick	29 ou 69%	31 ou 79%	14 ou 70%	236 973 ou 85%
Nouvelle-Écosse	8 ou 19%	4 ou 10%	2 ou 10%	32 826 ou 12%
Île-du-Prince-Édouard	4 ou 10%	3 ou 8%	3 ou 15%	5 438 ou 2%
Terre-Neuve-et-Labrador	1 ou 2%	1 ou 3%	1 ou 5%	2 743 ou 1%
	42	**39**	**20**	**277 980**[1]

[1] Tableau 3.1 Population de langue maternelle française, 2011, page 15 (http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/economie/comparaisons-economiques/interprovinciales/chap3.pdf)

ANNEXES

a) APPEL D'OFFRES pour consultant en vente de publicité et recherche de commandites
b) PLAN DE COMMANDITE du CRIA
c) SONDAGE aux exportateurs
d) RAPPORT D'ANALYSE WEB du CRIA
e) TRADUCTION du CRIA
f) ARTICLES portant sur des artistes acadiens à l'international
g) EXEMPLE de tournée d'un groupe acadien

C. INDICATEURS DE RENDEMENT

Voici les résultats obtenus selon les indicateurs de rendement SPAASI, incluant les objectifs cibles, les résultats atteints, et dans certains cas, les résultats comparatifs à 2013-2014 et 2011-2012.

SURVOL DES RÉSULTATS

Indicateurs SPAASI	Cibles 2013-2014	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013	Résultats 2011-2012
Nombre d'artistes en vitrine internationale	40	50	56	28
Nombre d'artistes en vitrine ayant reçu une offre d'achat	20	24 ou 48%	31 ou 55%	16 ou 57%
Nombre d'artistes/groupes acadiens ayant exporté	-	32	30	15
Nombre d'artistes/groupes acadiens ayant exporté membre CRIA	-	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	-	19 ou 59%	19 ou 63%	-
Nombre de participants acadiens (unique) aux activités SPAASI	-	57	59	-
Nombre de professionnels internationaux invités par la SPAASI	44	51 51 uniques	98 78 uniques	25
Nombre de nouveaux délégués internationaux (uniques)	44	29 ou 57%	57	-
Nombre de profils d'exportateurs acadiens sur le CRIA en musique	26	41	35	31
Nombre total de profils d'exportateurs acadiens sur le CRIA	-	114	108	-
Nombre d'exportateurs acadiens utilisant le CRIA	60% ou 26	71%	71%	-
Nombre d'exportateurs acadiens ayant réalisé une vente grâce au CRIA	25% ou 11	21%	21%	-
Nombre total de pages vues sur le CRIA	-	22 523	20 846	4 106
Nombre de visites (sessions)	-	7 175	7 717	-
Nombre de visiteurs uniques	5000	4 593	4 176	614
Nombre de visiteurs internationaux	50% ou 2 500	3 074 ou 43%	4 089 ou 53%	70%
Valeur des ventes rapportées	400 000$	825 000$	410 000$	287 700$

INDICATEURS PAR VOLET

FrancoFête en Acadie	Cibles 2013-2014	Résultats 2013-2014	Résultats 2012-2013	Résultats 2011-2012
Nombre d'artistes ou groupes acadiens en vitrine	30	42	33	28
*Nombre de nouveaux exportateurs en vitrine (n'ayant jamais exporté auparavant)	5	27	3	-
Nombre d'exportateurs (nouveaux et établis) ayant reçu au moins une offre de spectacle vers un marché international suite à l'événement	50% ou 15	21 ou 50%	19	16
*Nombre d'exportateurs ayant reçu une offre vers un nouveau marché (pour cet exportateur)	2	16 ou 77%	15	-
*Nombre de délégués acadiens (résidant en Atlantique) qui ont pris part aux activités de la SPAASI lors de l'événement	30	44	51	-
Nombre de délégués internationaux invités par la SPAASI	28	34	35	18
Nombre de nouveaux délégués internationaux	14	14	22	5
Nombre de nouveaux délégués internationaux provenant de nouveaux marchés (nouveaux pour la SPAASI)	50% ou 7	11 ou 79%	8	-
Nombre d'acheteurs potentiels (diffuseurs et collaborateurs)	90% ou 25	32 ou 94%	33	13
Nombre de diffuseurs parmi les acheteurs potentiels	80% ou 20	22 ou 69%	21	-
Nombre de diffuseurs ayant fait au moins une offre d'achat de spectacle suite à l'événement	75% ou 15	15 ou 83%	25	-
Nombre de nouveaux projets potentiels pour la SPAASI (ex.: foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, etc.)	3	5	5	-
Nombre de visite sur Facebook SPAASI reliées à l'événement	150	2 329	211	-

Foire commerciale	**Cibles 2013-2014**	**Résultats 2013-2014**	**Résultats 2012-2013** (2 activités)	**Résultats 2011-2012**
Nombre d'artistes ou groupes acadiens en vitrine	10	8	23	-
Nombre d'exportateurs (nouveaux et établis) ayant reçu au moins une offre de spectacle vers un marché international suite à l'événement	50% ou 5	40% ou 3,2	12,3	-
* Nombre d'exportateurs ayant reçu une offre vers un nouveau marché (nouveau pour cet exportateur)	1	3	9,5	-
* Nombre de délégués acadiens (résidant en Atlantique) qui ont pris part aux activités de la SPAASI lors de l'événement	5	18	23	-
Nombre de délégués internationaux invités par la SPAASI	16	17	54	7
Nombre de nouveaux délégués internationaux	75% ou 12	15 ou 88%	37	-
Nombre de nouveaux délégués internationaux provenant de nouveaux marchés (nouveaux pour la SPAASI)	50% ou 6	15 ou 100%	20	-
Nombre d'acheteurs potentiels (diffuseurs et collaborateurs)	90% ou 14	15 ou 88%	49	5
Nombre de diffuseurs parmi les acheteurs potentiels	80% ou 11	12 ou 80%	28	-
Nombre de diffuseurs ayant fait au moins une offre d'achat de spectacle suite à l'événement	75% ou 8	9 ou 73%	24,4	-
Nombre de nouveaux projets potentiels pour la SPAASI (ex. : foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, etc.)	1	2	11	-
Nombre de visites sur Facebook SPAASI reliées à l'événement	100	592	137	-
Nombre d'inscription à la prochaine Francofête	33% ou 5	6 ou 35%	16	-
Démarchages	**Cibles 2013-2014** (par activité)	**Résultats 2013-2014** a) Lafayette, Louisiane b) La Rochelle, France & Spa, Belgique	**Résultats 2012-2013** (3 activités)	**Résultats 2011-2012**
Nombre de nouveaux contacts dans ce marché	10	23 + 16 = 39	15	12
Nombre de rencontres d'affaires avec des acheteurs potentiels	5	9 + 25 = 34	23	3
Nombre de rencontres d'affaires avec d'autres délégations francophones pour la cueillette de l'intelligence compétitive	2	1 + 3 = 4	3	3
Nombre de nouveaux projets potentiels pour la SPAASI (ex. : foires commerciales, vitrines acadiennes, jumelage, financement, etc.)	1	4 + 6 = 10	2	3
Nombre de visites sur Facebook SPAASI pendant l'événement	50	139 + 293 = 432	518	90
Nombre d'inscriptions à la prochaine Francofête	20% ou 2	0 + 9 = 9	9	2
Centre de ressources international et acadien (CRIA)	**Cibles 2013-2014**	**Résultats 2013-2014**	**Résultats 2012-2013**	**Résultats 2011-2012**
Nombre total de visiteurs	5 000	7175	7 717	-
Nombre de visiteurs internationaux	50% ou 2 500	3 085 ou 43%	4 089	614
Nombre de visiteurs internationaux récurrents	50% ou 1 250	948 ou 31%	1 950	-
Nombre de nouveaux acheteurs inscrits	20	308	98	36
Nombre d'exportateurs en vitrine sur le site	44 en musique	41 114 autres volets	35 108 autres	31
Nombre d'exportateurs utilisateurs du site	60% ou 26	71% ou 29	25,6	-
Nombre d'exportateurs ayant vendu au moins un spectacle un utilisant le site	25% ou 11	24% ou 9	11,2	-
Nombre de nouveaux exportateurs inscrits au CRIA	9	6 en musique + 73 autres volets	4	-

INDICATEURS de l'APECA

Voici les résultats pour les indicateurs de l'APECA.

	Cible	Résultat	Évaluation[1]
1. Nombre de nouveaux exportateurs			
FrancoFête 2013	5	27	1
2. Nombre d'exportateurs à de nouveaux marchés			
FrancoFête 2013	2	16	1
Foire commerciale Crossroads	1	3	1
3. Nombre de clients qui ont participé a des activités de promotion et de sensibilisation à l'exportation			
FrancoFête 2013	30	44	1
Foire commerciale Crossroads	5	18	1

[1] Évaluation du succès de l'activité : 1-objectifs dépassés; 2-objectifs atteints; 3-objectifs non-atteints; 4-non-applicable

GLOSSAIRE

Aux fins de clarification des indicateurs, voici quelques définitions telles qu'employées dans la politique de sélection des délégués internationaux de la SPAASI.

Acheteur : professionnel apte et intéressé à appuyer les démarches d'exportation des artistes acadiens, soit en tant que *diffuseur* ou *collaborateur*.

Diffuseur : professionnel intéressé à acheter au moins un spectacle d'artistes acadiens dans le but de le présenter lors d'un événement (festival, programmation annuelle, corporatif, etc.) et/ou dans un lieu public (salle municipale, théâtre national, parc, etc.) ou privé (bar, café, etc.).

Collaborateur: professionnel intéressé à collaborer avec des artistes et/ou agences d'artistes acadiens, de façon à appuyer leur développement de carrière à l international. Exemple : booker, tourneur, maison de disques, agent, gérant, dj radio, producteur, éducateur, média spécialisé, etc.

Membre de soutien: autres professionnels de l'industrie, des industries satellites et des industries complémentaires, intéressés à collaborer avec la SPAASI Exemple : réseaux de diffusion et de festivals européens, associations professionnelles et conférences internationales, représentants gouvernementaux des pays sollicités, agences de développement international, médias généralistes, etc.

Acheteur récurrent : ayant acheté au moins un spectacle d'artiste acadien, ou représenté au moins un artiste acadien, ou travaillé avec au moins un intervenant culturel acadien depuis les 2 dernières années

Acheteur non récurrent : n'ayant pas acheté de spectacle acadien, ou représenté d artiste acadien, ou travaillé avec un intervenant culturel acadien, depuis au moins 3 ans

Nouvel Acheteur/Collaborateur : n'ayant jamais participé à la FrancoFête, ou n'ayant pas participé à la FrancoFête depuis au moins 5 ans, ou n'ayant jamais ou n'ayant pas acheté de spectacle acadien, ou représenté d'artiste acadien, ou travaillé avec un intervenant culturel acadien, depuis au moins 5 ans.

Nouvel Exportateur (tel que défini par l'APECA) : Le nombre de PME qui ont signalé avoir commencé à exporter à la suite de leur participation à un ou à plusieurs projets de l'APECA pendant l'exercice. Une PME ne peut être comptée qu'une seule fois, même si elle a participé à plus d'un projet par exercice.

Nouveau marché : espace géographique dans lequel les artistes acadiens sont très peu présents, voire inexistants.

D. BUDGET

Voici un survol des revenus et dépenses (incluant les taxes) par volet du 1er avril 2013 au 31 mars 2014.

REVENUS	Francofête	Foire commerciale	Démarchages	CRIA	TOTAL	
Gouv. Internationaux	**0 $**	**250 $**	**0 $**	**0 $**	**250 $**	**0%**
Consul général du Canada à Washington		250 $			250 $	0%
Gouv. du Canada	**90 220 $**	**4 628 $**	**3 243 $**	**0 $**	**98 091 $**	**54%**
APECA - Commerce international	90 220 $	4 628 $	3 243 $		98 091 $	54%
Gouv. Provinciaux	**17 190 $**	**5 000 $**	**1 560 $**	**0 $**	**23 750 $**	**13%**
Gouv. Ile-du-Prince-Edouard					0 $	0%
Gouv. Nouveau-Brunswick	11 440 $	2 000 $	1 560 $		15 000 $	8%
Gouv. Nouvelle-Écosse	5 750 $	3 000 $			8 750 $	5%
Gouv. Terre-Neuve et Labrador					0 $	0%
Revenus associatif	**23 138 $**	**9 897 $**	**2 834 $**	**3 401 $**	**39 270 $**	**21%**
PSLO	5 000 $				5 000 $	3%
Musicaction	4 000 $	9 897 $	2 834 $		16 731 $	9%
Radarts (voir entente signée)	11 365 $				11 365 $	6%
Traduction NB (Allianco)				3 401 $	3 401 $	2%
Société Nationale de l'Acadie	2 773 $				2 773 $	117%
Revenus autogérés	**17 374 $**	**0 $**	**0 $**	**3 983 $**	**21 357 $**	**12%**
Commandites				3 983 $	3 983 $	2%
Délégués internationaux	17 374 $				17 374 $	10%
TOTAL REVENUS	**147 922 $**	**19 775 $**	**7 637 $**	**7 384 $**	**182 718 $**	**100%**
En services	28 739 $					
TOTAL du budget réel	**119 183 $**				**153 979 $**	
50% des taxes	1 920 $	25 $	0 $	425 $	2 370 $	

DÉPENSES	Francofête	Foire commerciale	Démarchages	CRIA	TOTAL	
Honoraires	**58 400 $**	**3 000 $**	**0 $**	**7 384 $**	**68 784 $**	38%
Coordination SPAASI	56 500 $				56 500 $	
Expert-conseil local		3 000 $			3 000 $	
Formation marchés internationaux	1 900 $				1 900 $	
Traduction				5 124 $	5 124 $	
Webmestre				2 260 $	2 260 $	
Déplacement	**2 930 $**	**1 372 $**	**6 300 $**	**0 $**	**10 603 $**	6%
Faux frais	65 $	75 $	240 $		380 $	
Frais de communications		3 $	2 $		4 $	
Hébergement	1 065 $	658 $	2 101 $		3 825 $	
Per diem	643 $	68 $	507 $		1 217 $	
Transport aérien			2 985 $		2 985 $	
Transport terrestre (auto, train ou navette)	1 158 $	569 $	466 $		2 193 $	
Réseautage	**60 808 $**	**11 777 $**	**1 261 $**	**0 $**	**73 846 $**	40%
Activité réseautage	4 059 $	2 280 $			6 339 $	
Hébergement	18 611 $	3 729 $			22 341 $	
Inscription	5 537 $		216 $		5 753 $	
Location salles & traiteur	6 000 $				6 000 $	
Rencontres/réunions d'affaires	2 066 $		1 045 $		3 111 $	
Transport	24 535 $	5 768 $			30 303 $	
Promotion	**18 283 $**	**610 $**	**76 $**	**0 $**	**18 969 $**	10%
Cahier des délégués	5 000 $				5 000 $	
Matériel promotionnel	1 624 $	384 $	76 $		2 084 $	
Placement publicitaire	8 665 $	226 $			8 891 $	
Web	2 995 $				2 995 $	
Frais administratifs	**7 500 $**	**3 015 $**	**0 $**	**0 $**	**10 515 $**	6%
Frais de gestion/administratifs	7 500 $	3 015 $			10 515 $	
TOTAL DÉPENSES	**147 922 $**	**19 775 $**	**7 637 $**	**7 384 $**	**182 718 $**	100%
REVENUS - DÉPENSES	0 $	0 $	0 $	0 $	0 $	
Budget de l'année précédente	**95 456 $**	**94 517 $**	**544 $**	**98 008 $**	**288 525 $**	

ANNEXES

a) BUDGETS DÉTAILLÉS avec FACTURES
b) RAPPORT ANNUEL de la SNA au 31 mars 2014
c) RAPPORT FINANCIER vérifié de la SNA au 31 mars 2014

MERCI À NOS PARTENAIRES