STRATÉGIE DE PROMOTION DES ARTISTES ACADIENS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

SPAASI

CENTREDERESSOURCES INTERNATIONALETACADIEN

www.acadie-europe.ca

Rapport d'activités 2012-2013

Le 9 décembre 2013

Chers partenaires,

Objet : Rapport d'activités 2012-2013 de la SPAASI

La Société Nationale de l'Acadie est fière de vous présenter le rapport d'activités 2012-2013 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 30 artistes acadiens ayant travaillé à l'international (hors Canada). Parmi eux, 20% ont participé aux activités de formation en exportation de la SPAASI et 67% aux activités de commercialisation de la SPAASI, et 80% étaient membres du CRIA.
- Dans le cadre de ses activités de réseautage et de commercialisation, la SPAASI a facilité des rencontres d'affaires entre 73 professionnels internationaux, dont 66% de nouveaux délégués, et 59 exportateurs acadiens.
- Parmi les 58 vitrines/concerts présentés dans le cadre des rencontres professionnelles SPAASI, 53% d'entre elles ont résulté en une vente à l'international.
- Le CRIA compte maintenant 108 profils d'exportateurs, dont 37 profils en musique et 71 profils dans 5 nouvelles disciplines : arts visuels, cinéma, danse, littérature et théâtre.
- 71% des artistes membres du volet musique du CRIA utilisent le site pour fin d'exportation, et 21% d'entre eux ont réalisé des ventes additionnelles grâce au CRIA.
- Le CRIA a reçu 7 717 visites en 2012-2013, dont 53% de nouvelles visites et 52% de visiteurs internationaux, pour un grand total de 20 846 pages vues.
- La valeur des ventes directes à l'international, rapportées par les artistes exportateurs acadiens dans le cadre des activités de la SPAASI, se chiffre à 410 000$.

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 viendra également appuyer vos propres objectifs de développement. Nous vous remercions sincèrement de votre soutien au cours de la saison 2012-2013 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 MATIERES

RÉSUMÉ DE LA PROGRAMMATION 4

RÉSULTATS 5
VOLET #1 : FrancoFête en Acadie (volet international) 5
VOLET #2 : Foires commerciales à l'étranger 13
1. Festival Lully-Lavaux, Suisse 13
2. Festival Interceltique de Lorient, France 18
VOLET #3 : Démarchages 25
1. Semaine de la musique de la Côte Est, Moncton 25
2. Concertation pour le programme des Pays-Tiers de l'UE 28
VOLET #4 : Centre de ressources international et acadien (CRIA) 29

INDICATEURS DE RENDEMENT 35

BUDGET 40

ANNEXES ..... (voir document #2)

Budget :
a) RAPPORT ANNUEL au 31 mars 2012
b) RAPPORT FINANCIER vérifié au 31 mars 2012
c) RAPPORT détaillé du CRIA au 30 juin 2013

FrancoFête en Acadie :
a) NOTES de VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI, du 6 au 13 novembre 2012
b) POLITIQUE DE SÉLECTION des délégués internationaux
c) HORAIRE des professionnels internationaux
d) PROGRAMMATION détaillée du volet international
e) AFFICHE de remerciement 4' x 5' et PUBLICITÉ dans le cahier contact 5'' x 7''
f) COMMUNIQUÉS de presse de la SNA/SPAASI
g) ENTREVUE audio-vidéo avec Radio-Canada
h) PARTICIPANTS inscrits aux ateliers
i) BILAN des formateurs
j) SONDAGES de la SPAASI des exportateurs et des acheteurs
k) SONDAGE et données statistiques de RADARTS
l) ENQUÊTE APECA sur la formation en promotion du commerce extérieur

Foires commerciales :
Festival Pully-Lavaux à l'heure du Québec
a) NOTES de VOYAGE, du 2 au 9 juin 2012
b) ENTENTE de collaboration avec le festival Pully-Lavaux
c) CONTRAT de service avec le consultant local, Denis Alber
d) CONTRAT de service avec la consultante en communications, Carol Doucet
e) PROGRAMMATION « …et l'Acadie chante » du festival
f) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
g) AFFICHES promotionnelles de l'Acadie au festival
h) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles
i) PARTICIPANTS inscrits aux activités pro
j) DISCOURS de la coordonnatrice SPAASI (ouverture officielle)

k) DISCOURS du maire de Pully (ouverture et journée pro)
l) COMMUNIQUÉ du festival Pully-Lavaux
m) ARTICLES (journal et TV) en Acadie
n) ARTICLES (journal et TV) à l'international
o) RAPPORT d'activités de Denis Alber
p) SONDAGES de la SPAASI aux exportateurs, aux acheteurs et aux médias
q) SONDAGE de l'APECA sur la promotion du commerce extérieur

Festival Interceltique de Lorient

a) NOTES de VOYAGE, du 1 au 13 aout 2012
b) CONTRAT de service avec le consultant local, Stéphane Konopczynski
c) PROGRAMMATION du Pavillon de l'Acadie
d) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
e) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles
f) DISCOURS de la coordonnatrice SPAASI (ouverture officielle)
g) MESSAGE de l'Ambassade du Canada à Paris
h) PARTICIPANTS inscrits aux activités pro
i) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
j) DOSSIER DE PRESSE avec les médias de l'Acadie et d'Europe
k) BILAN des ventes de billets et de disques
l) RAPPORT d'activités de Stéphane Konopczynski
m) SONDAGES de la SPAASI aux exportateurs, aux acheteurs et aux médias
n) SONDAGE de l'APECA sur la promotion du commerce extérieur

Démarchages :

Semaine de la musique de la Côte Est

a) NOTES de VOYAGE, du 11 au 13 avril 2012
b) COMMUNIQUÉ des ECMA sur le Symposium francophone
c) ARTICLE de l'Acadie Nouvelle
d) SONDAGE de l'APECA sur la promotion

Concertation pour le programme des Pays-Tiers de l'Union Européenne

a) APPEL D'OFFRES de la SPAASI
b) SOUMISSIONNAIRES intéressés et projets potentiels

Centre de ressources international et acadien (CRIA)

a) APPEL D'OFFRES pour les 5 nouveaux volets
b) CONTRAT pour les volets arts visuels, danse et cinéma, et coordination des 5 volets avec Carol Doucet Communications
c) CONTRAT pour le volet théâtre avec Philippe Beaulieu
d) CONTRAT pour le volet littérature avec Vivat Communications
e) RAPPORT d'activités de Carol Doucet et de Philippe Beaulieu
f) APPEL D'OFFRES pour la vente de publicité
g) CONTRAT avec Carol Doucet pour la vente de publicité
h) LETTRE d'entente pluriannuelle avec la N.-É.
i) CALENDRIER du CRIA pour les artistes à l'international
j) EXEMPLES d'artistes acadiens en tournée à l'international
k) SONDAGE SPAASI aux exportateurs
l) RAPPORTS statistiques du CRIA au 8 avril 2011

A. RÉSUMÉ DE LA PROGRAMMATION

Voici un résumé des activités prévues pour 2012-2013 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 et des professionnels du marché américain
- Développer une politique de sélection des délégués internationaux
- Organiser des rencontres d'affaires entre les délégués internationaux, les artistes acadiens, les membres de l'industrie et les partenaires financiers
- Présenter des ateliers de formation en exportation pour les artistes acadiens

2. Foires commerciales à l'étranger

- Présenter 2 foires commerciales dans des marchés cibles en développement :
    a) au Festival Pully-Lavaux à l'heure du Québec, du 1 au 9 juin 2012 (Suisse)
    b) au Festival Interceltique de Lorient du 3 au 12 août 2012 (France)
- Lors de chacune de ces foires commerciales, accueillir sur deux jours une vingtaine de professionnels de l'industrie (acheteurs : diffuseurs et collaborateurs)
- Organiser des rencontres d'affaires entre les acheteurs invités et une dizaine d'artistes acadiens en vitrine lors de chacun des festivals
- Initier des opportunités de partenariats entre l'Acadie et l'Europe
- Faire le lancement du CRIA en Europe

3. Démarchages

- Participer à 4 missions exploratoires, incluant :
    a) East Coast Music Awards (ECMA), du 11 au 15 avril 2012 (Moncton)
    b) World Music Expo (WOMEX) à Thessaloniki, du 17 au 21 octobre 2012 (Grèce)
    c) Folk Alliance International (FAI) Conference, du 20 au 24 février 2013 (Toronto)
    d) Concertation Programme des Pays-Tiers de l'Union Européenne
- Lors de chaque démarchage, recruter 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)

- Ajouter 5 autres volets artistiques au site (cinéma, littérature, théâtre, danse et arts visuels)
- Vente de publicités auprès de commanditaires potentiels
- Développer des outils marketing pour promouvoir le site auprès des utilisateurs visés
- Améliorer les fonctionnalités du site
- Mettre en place une boutique virtuelle de produits culturels acadiens

B. RÉSULTATS

Voici un résumé des activités complétées et des résultats obtenus.

VOLET #1 : FRANCOFÊTE EN ACADIE

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 5 journées professionnelles, du 7 au 11 novembre 2012 à Moncton, N.-B.
- ✓ 36 professionnels internationaux de 5 pays différents
- ✓ 29 exportateurs (artistes et groupes) acadiens en vitrine sur un total de 55 vitrines
- ✓ 90 participants lors de 3 rencontres Acadie-Europe
- ✓ 83 participants lors du déjeuner-réseautage *« Bienvenue en Acadie! »*
- ✓ 60 participants lors des 3 ateliers de formation pour la préparation à l'exportation
- ✓ 8 rencontres professionnelles, dont 1 avec ses partenaires financiers et 7 avec des partenaires potentiels
- ✓ 6 entrevues TV et radio

COLLABORATION ACCRUE

La SPAASI a mis en place cette année un groupe de personnes ressources et d'intervenants de l'industrie de la musique du Canada atlantique, pour fin de consultation dans la préparation du volet international de la FrancoFête 2012. Sur invitation de la SPAASI, ces mêmes personnes se sont volontairement impliquées dans l'organisation d'activités selon leurs champs d'expertise respectifs. Le succès de l'édition 2012 est en très grande partie dû à leur contribution. La SPAASI entend poursuivre ce processus de collaboration pour les éditions futures.

Personnes ressources	Structure
Carol Doucet	Carol Doucet Communications
Carole Chouinard	Karo Productions
Francois Émond	Productions Klef
Jean Surette	Musique NB
Manon Levesque	Productions Entrepôt
Marc Chouinard	Théâtre Capitol
Yolande Bourgeois	Par icitte Productions

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 36 professionnels étrangers étaient présents, dont 22 diffuseurs (61%), 13 collaborateurs (36%) et 1 membre de soutien (3%), en provenance de la France (23 à 65%), de la Suisse (4 à 11%), des États-Unis (4 à 11%), de la Belgique (3 à 8%) et de l'Italie (2 à 5%). Parmi ceux-ci, 22 (soit 63%) étaient de nouveaux délégués, dont 13 diffuseurs – un résultat direct de nos démarchages et des foires commerciales effectuées antérieurement. De plus, 13 délégués (36%) provenaient de l'Italie, de la Belgique, de la Suisse et des États-Unis – des nouveaux marchés en développement. À noter qu'un des délégués américains n'a pas pu participer aux activités suite à l'annulation à répétition de ses vols, dû à des intempéries majeures affectant toute la côte est des États-Unis à cette période (identifié dans le tableau suivant par un astérisque).

Entrevue en directe pour le Téléjournal Acadie de Radio-Canada, avec Christine Lavoie, coordonnatrice SPAASI, et le diffuseur Suisse, Ulrich Schuwey

Fait important : cette année, la SPAASI a mis en place une toute nouvelle politique de sélection des délégués internationaux. Celle-ci avait pour objectif de diversifier le type de délégués éligibles et d'assurer une représentation plus équitable des délégués potentiels. La SPAASI a ainsi réussi à joindre plus de nouveaux délégués ainsi que des professionnels non diffuseurs (aussi appelés 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 de marchés internationaux.

	Nom	Organisation	Pays	Nouveau/ Récurrent		Statut		
1	Charles Gardier	Les Francofolies de Spa	Belgique	N		D		
2	Charles Pirnay	Les Productions Virago, Québecofolies	Belgique	N		D		
3	Florent Le Duc	Biennale de la chanson française	Belgique	N				C
4	*David Wilkes	David Wilkes Agency	États-Unis	N				C
5	Fran Snyder	Concerts in Your Home, Listening Room Festival	États-Unis	N		D		
6	Kerstin Gilg	Maine Arts Commission	États-Unis	N		D		
7	Phill McIntyre	New England Celtic Arts, Skye Theatre	États-Unis		R	D		
8	Alain Navarro	Arpèges et Trémolos	France		R	D		
9	Albert Weber	www.francomag.com	France		R			C
10	Amandine Haegelin	Théâtre d Arras	France	N		D		
11	André Hisse	La Bouche d Aire de Nantes	France	N		D		
12	Bénédicte De Brouwer	Point Contact Culture Wallonie-Bruxelles	France	N			MS	
13	Christine Cadours	Ville d Argenteuil, Le Figuier blanc	France	N		D		
14	Fabrice Absil	Absilone Technologies	France		R			C
15	Florent Bony	Kalima Productions	France	N		D		
16	Francois Émond	Acadie à Lorient - Productions KLEF inc.	France		R	D		
17	Gérard Auger	Ville de Clichy-sous-Bois, Espace 93	France		R	D		
18	Gilles Lozachmeur	L'Oz Production, Musiques de Bretagne	France	N				C
19	Guillaume Taillebourg	Les Francophonies en Limousin	France	N		D		
20	Guy Zwinger	Radio Caraïb Nancy (RCN)	France	N				C
21	Jean-Francois Laffitte	Voix du Sud	France		R			C
22	Jean-Michel Tambourré	Francomag	France		R			C
23	Jean-Olivier Brun	Sophiane Tour	France	N				C
24	Jean-Yves Le Corre	Coop Breizh	France	N				C
25	Karl Ouchet	Rue-Haute Productions	France		R	D		
26	Marie Rigaud	Printemps de Pérouges	France	N		D		
27	Maxime Balcon	Compimusic	France	N				C
28	Morgane Fountaine	Francofolies SAS	France	N		D		
29	Sophie Glarner	Big Bravo Spectacles	France	N				C
30	Stéphane Konopczynski	SK, culture, conseil, communication	France		R			C
31	Giorgio Manella	Celtica	Italie	N		D		
32	Laura Plati	Celtica	Italie	N		D		
33	Denis Alber	Francophonie en Fête	Suisse		R	D		
34	Rico Perriard	Festival Pully-Lavaux à l'heure du Québec	Suisse		R	D		
35	Roland Le Blevennec	ASMV, Chat Noir, Voix de Fête	Suisse		R	D		
36	Ulrich Schuwey	Festival Pa-dam…Pa-dam…	Suisse		R	D		
1 = absent				**22 = Nouveaux**		**22 = Diffuseurs**		
				14 = Récurrents		**13 = Collaborateurs**		
						1 = Membre de soutien		

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait 33 artistes et groupes artistiques acadiens en vitrines officielles et non officielles sur le programme du volet international cette année, dont 29 groupes en musique (4 de l'I.-P.E., soit 14% et 25 du N.-B., soit 86%). Toutes ces vitrines ont été vues par les délégués internationaux. Neuf d'entre elles, soit 31% (identifiées dans le tableau suivant par un astérisque) ont été présentées par la SPAASI lors du déjeuner-réseautage et vitrines internationales *« Bienvenue en Acadie! »*.

	Artistes et groupes acadiens	Discipline	Nouveaux exportateurs		Province
1	Caroline Bernard	Chanson/Musique	Oui		I.-P.-É.
2	* Fayo	Chanson/Musique		Non	I.-P.-É.
3	Ten Strings And A Goat Skin	Chanson/Musique	Oui		I.-P.-É.
4	Vishten	Chanson/Musique		Non	I.-P.-É.
5	Alan Coe	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
6	Bâton Rouge	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
7	Caroline Savoie	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
8	Cedric Vieno	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
9	Corbin	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
10	* Daniel Léger	Chanson/Musique		Non	N.-B.
11	Danny Boudreau	Chanson/Musique		Non	N.-B.
12	DansEncorps	Danse	-		N.-B.
13	Dave Puhacz	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
14	* Joey Robin Haché	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
15	Kevin McIntyre	Chanson/Musique		Non	N.-B.
16	La Virée	Chanson/Musique		Non	N.-B.
17	Le John Boulay Blues Quartet	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
18	Les Hay Babies	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
19	Les Hôtesses d Hilaire	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
20	Lisa LeBlanc	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
21	* Michel Thériault	Chanson/Musique		Non	N.-B.
22	* Monique Poirier	Chanson/Musique		Non	N.-B.
23	* Nathalie Renault	Chanson/Musique		Non	N.-B.
24	Pascal Lejeune	Chanson/Musique		Non	N.-B.
25	* Prenez garde!	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
26	Razzia	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
27	*Sandra LeCouteur	Chanson/Musique		Non	N.-B.
28	Shaun Ferguson	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
29	*Stephen LeBlanc	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
30	Théâtre L'Escaouette	Théâtre	-		N.-B.
31	Théâtre populaire d Acadie	Théâtre	-		N.-B.
32	Théo Brideau	Chanson/Musique	Oui		N.-B.
33	Ryan Doucette	Humour	-		N.-É.
	*** 9 vitrines internationales**	**29 : musique** **4 : autres**	**18 : Oui** **11 : Non**		

ATELIERS DE FORMATION

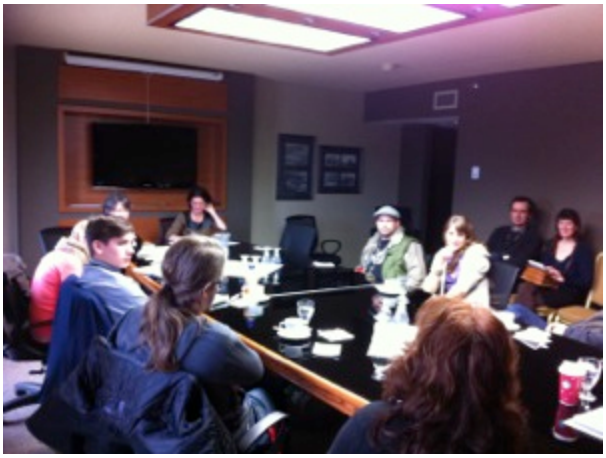
La SPAASI a présenté trois ateliers de formation en exportation à 29 artistes acadiens. Tous les ateliers étaient complets et la SPAASI a dû refuser plusieurs inscriptions de la part des artistes non-acadiens. Dans le cas de l'atelier de préparation à l'exportation, les artistes acadiens en vitrine internationale devaient obligatoirement suivre cette formation avant de pouvoir présenter leur vitrine au déjeuner-réseautage *« Bienvenue en Acadie! »*.

Ateliers	Nombre de participants	Nombre d'artistes ou représentants d'artistes acadiens
Préparation à l'exportation 101 & 102	19	11
Préparation à la gérance	23	9
Édition musicale à l'international	18	9
TOTAL	**60**	**29**

Selon le sondage Radarts (21 répondants), **86%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ces ateliers.

Voici quelques commentaires des participants :

- ✓ *Ces ateliers nous préparaient à des rencontres-éclair d'une durée plus longue... Ça nous aura appris à pédaler!*
- ✓ *observateur intéressant pour la gérance*
- ✓ *Nous avons assisté à la Préparation à l'exportation. C'était superpertinent. Le seul bémol en ayant à faire des choix, nous n'avons pu assister à la Préparation à la gérance, un sujet qui nous intéressait aussi grandement.*
- ✓ *J'ai seulement participé à l'atelier de Carol Doucet, mais j'ai été déçue, car je pense qu'il aurait été possible d'offrir plus d'information. Un des participants n'avait pas vraiment sa place sur le panel et a malheureusement hypothéqué du temps précieux que l'on aurait pu passer avec les autres intervenants.*
- ✓ *la rencontre sur la gérance d'artistes m'a passionné, car on a parlé de vécu et pas de langue de bois et de considérations abstraites et globales.*
- ✓ *Pas toujours d'accord avec l'approche de l'édition musicale internationale*
- ✓ *Participation uniquement à Éditions musicales à l'international, animé par Diane Lamarre. Salle un peu grande pour le nombre de participants. Sujet important, mais mal apprécié à la vue du nombre de participants, dont une bonne majorité était professionnelle de l'édition.*



Atelier SPPASI « Préparation à l'exportation 101 et 102 » en collaboration avec Musique NB

Atelier SPAASI « Préparation à la gérance »

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

La SPAASI a organisé deux rencontres entre les délégués internationaux et les intervenants de l'industrie artistique et culturelle acadienne. Encore une fois, l'inscription aux deux rencontres a dépassé le maximum permis, mais aucun artiste ou représentant d'artistes acadiens n'a été refusé.

La rencontre du *« Projet de l'Union Européenne »* avait pour objectif de mettre en lien les professionnels européens et acadiens dans le cadre du programme de financement des pays-tiers de l'Union Européenne, tandis que la rencontre du *« Prix Émergence en Résidence »* visait l'accueil d'artistes acadiens en territoire européen dans le cadre de résidences d'artistes.

Dans les deux cas, plusieurs projets ont vu le jour et se sont depuis réalisés (résidences d'artistes acadiens à Argenteuil/Astaffort et à Nantes) ou sont en processus de réalisation (inclusion du volet littérature dans les activités de foires commerciales, présentations de vitrines d'artistes étrangers à la FrancoFête). Même si aucune demande de financement n'a officiellement été soumise à l'UE par les partenaires européens (en grande partie dû à l'imposant système administratif qui gère ce programme), la SPAASI est très satisfaite des partenariats établis lors de ces deux rencontres.

Une troisième rencontre était réservée aux délégués internationaux et la SPAASI afin de faire le point sur les activités de la semaine. La session de travail RAME/RAMA a permis de mettre en lumière les projets et partenariats à venir, ainsi que les éléments à améliorer pour la prochaine FrancoFête.

Rencontres	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Projet de l'Union Européenne	41	13
Prix de l'Émergence en Résidence	20	3
Session de travail RAME/RAMA	29	2
TOTAL	**90**	**18**

Selon le sondage Radarts (23 répondants), **78%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ces rencontres.

Voici quelques commentaires des participants :

- ✓ *Pour le projet UE, une grosse machine à gérer.*
- ✓ *Très bonnes rencontres qui nous ont permis d'entrer dans des projets à long terme.*
- ✓ *Nous avons assisté au Projet de l'Union Européenne. La salle était petite pour le nombre de personnes qui y ont assisté.*
- ✓ *Projet de l'Union Européenne… un projet flou qui semble trop compliqué pour qu'on tente d'y participer.*
- ✓ *La diversité des projets pour l'Union Européenne témoigne d'une volonté de faire bouger les choses et a été présenté? avec conviction.*
- ✓ *L'intervention de certains diffuseurs ou "beaux parleurs" est souvent fatigante en fonction de ce que ces gens-là apportent à la promotion de vos artistes en Europe. La plupart ne connaissaient pas (en plus) l'existence de l'Acadie!!!! Je souhaite que l'Union Européenne (si elle existe vraiment) se montre plus solidaire vis –à-vis de votre belle communauté. Il faudrait, en fonction d'économies financières, vous montrer plus sévère au choix d'invitations à la FrancoFête. Je suis, à ce sujet, très fier de ce que les diffuseurs suisses apportent à la promotion de vos magnifiques artistes.*
- ✓ *Projet de l'Union Européenne : salle trop petite ou trop de succès! trop dense pour une durée un peu courte, je pense. Session de travail RAME/RAMA : réunion intéressante et efficace. En espérant des échos tout au long de l'année pour ne pas perdre en efficacité.*

Session de programmation RAME/RAMA avec les délégués internationaux

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

La SPAASI a organisé un grand déjeuner-réseautage réservé aux artistes acadiens et délégués internationaux afin d'accélérer les opportunités d'échanges. Il y avait trois blocs de vitrines d'artistes acadiens (pour un total de 9 artistes), et chaque bloc était entrecoupés d'activités de réseautage. En fond de scène il y avait une présentation Power Point en continue 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.

Rencontre	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Déjeuner-réseautage et vitrines internationales « *Bienvenue en Acadie! »*	83	41

Selon le sondage Radarts (26 répondants), **85%** des participants ont indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits » de ce dîner d'affaires.

Voici quelques commentaires des participants :

- ✓ *Par souci d'équité, il serait bon de s'assurer que tous les artistes respectent la durée convenue.*
- ✓ *Excellente initiative que ces vitrines, tant sur le choix des artistes que sur l'organisation.*
- ✓ *TRÈS belle initiative. Doit être répété !!! BRAVO*
- ✓ *Zoom donc sur l'Acadie bon ressenti choix varié*
- ✓ *Pas invité n'étant pas international, mais j'aurais aimé y avoir accès*
- ✓ *Très bel événement!*
- ✓ *Très bien! Une réflexion à faire sur ce qui est intéressant pour l'Europe - ou pas...*
- ✓ *Ce serait bien si les places étaient assignées. Je pense que plusieurs personnes n'ont pas eu la chance de faire suffisamment de réseautage, car nous étions assis par clans.*
- ✓ *Je suis très à l'aise dans ce type de rencontre qui a le mérite d'être directe. On va à l'essentiel sans perdre de temps.*
- ✓ *J'ai trouvé le choix des propositions artistiques plus pertinent, intéressant et globalement de meilleure qualité.*
- ✓ *Super.*

Vitrines SPAASI avec les artistes acadiens Michel Thériault. Mario Fayo Leblanc, Sandra LeCouteur et Nathalie Renault lors du déjeuner-réseautage « Bienvenue en Acadie! »

AUTRES RENCONTRES

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, de Musicaction et de Patrimoine Canadien étaient présents.

Des rencontres similaires ont eu lieu avec l'Alliance des arts et de la culture de l'Acadie (AACA) et l'Association de la Musique de la Côte Est (ECMA), tandis que des rencontres de programmation en prévision de la saison 2013-2013 ont eu lieu avec des représentants et partenaires du *Festival International Crossroads Celtic Festival au Maine* (États-Unis), *Les Francofolies de Spa* (Belgique), le *Festival Oh! Festival* en Valais (Suisse), la *Biennale de la chanson française* (Belgique), et le *Point Culture Contact de l'UE* (Belgique).

RÉSULTATS SELON LES SONDAGES SPAASI

Pour les professionnels internationaux :

- ✓ 87% des délégués internationaux se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie, et 13% « satisfaits ».
- ✓ 97% des délégués internationaux ont indiqué leur intention de recommander à leurs pairs professionnels de participer à la prochaine FrancoFête.
- ✓ 74% des délégués internationaux préfèrent participer à la FrancoFête annuellement, 23% aux deux ans, et 10% aléatoirement au besoin.
- ✓ 95% des délégués internationaux ont indiqué que le CRIA leur sera « très utile » et 36% « un peu utile ».

Commentaires :

- ✓ *I was treated very well and had all the help at my disposal with the interpreters. The interpreters were extremely helpful.*
- ✓ *Un peu éloigné du centre-ville.*
- ✓ *Merci. magnifique accueil - organisation super - programmation excellente.*
- ✓ *Apporter un peu plus de présence au partenariat Francomag/CRIA.*
- ✓ *Je trouve que vos artistes ont fait beaucoup de progrès, je n'étais pas venue depuis 5 ans, les vitrines que j'ai vues, enfin des artistes professionnels.*
- ✓ *Redéfinir la formule d'accueil pour les nouveaux délégués.*
- ✓ *Franchement, c'était top... j'ai vu plein des belles choses, fait des découvertes intéressantes, fait des rencontres importantes pour développer le travail en Europe... et les fins de soirées au Plan B avec des groupes aussi anglophones nous plongeaient bien dans la réalité acadienne... super!*
- ✓ *Prévoir une journée avant la FFA pour découvrir une réalité acadienne hors de Moncton. Bravo encore àa la journée spéciale chaman vécue cette année ah oui !!!*
- ✓ *Vitrines internationales (plus de programmation spécifique pour les délégués internationaux.*
- ✓ *I found it very productive this year. Christine was extremely helpful in making sure I was able to meet everyone I needed to talk to. Thanks.*
- ✓ *Un grand bravo pour votre travail et la préparation de cette FrancoFête qui nous donne des idées, notamment de "vitrines" d'artistes belges à Bruxelles!*
- ✓ *Merci de votre accueil.*
- ✓ *Bravo pour cette belle organisation et cette bonne humeur !!!*
- ✓ *Continuez de travailler de cette belle manière.*
- ✓ *Merci pour tout et à bientôt.*
- ✓ *Le niveau a augmenté en 2012 ! C'est super.*
- ✓ *C'est une réussite! belle édition. À l'année prochaine...*
- ✓ *Encore bravo pour votre travail.*
- ✓ *Un cocktail avec les pros canadiens présents que les délégués internationaux ne connaissent pas vraiment dans la mesure où les activités des uns et des autres ne sont pas les mêmes durant la FrancoFête.*
- ✓ *Je me réjouis de revenir... voilà...*
- ✓ *Un grand merci pour tout...accueil, professionnalisme et sympathie. De très belles rencontres qui, je l'espère, entraîneront de belles collaborations.*
- ✓ *Un IMMENSE merci pour votre travail exemplaire au développement des artistes acadiens sur la scène internationale. Votre persévérance porte ses fruits et vous êtes un exemple pour la francophonie. Je me réjouis de poursuivre nos collaborations. Avec mes amicales salutations. :))*
- ✓ *J'apprécie beaucoup la FFA pour le professionnalisme des ateliers et tables rondes et vitrines et aussi pour la convivialité qui imprègne les échanges entre professionnels.*
- ✓ *Je suis amoureux de l'Acadie !!*
- ✓ *Continuez, vous êtes formidables!!!*
- ✓ *Merci de l'accueil.*

Activités de réseautage entre les artistes acadiens et les délégués internationaux lors du déjeuner-réseautage « Bienvenue en Acadie! »

Pour les artistes acadiens:

- ✓ 63% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont dit avoir reçu une offre d'achat de spectacle ou de projet de collaboration de la part d'un ou des acheteurs internationaux présents.
- ✓ 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 ».
- ✓ 33% des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI se sont dits « très satisfaits » du volet international de la FrancoFête en Acadie, et 67% « satisfaits ».

Commentaires :

- ✓ *Nous avons pu reprendre contact avec des partenaires avec qui nous avons des projets de collaboration. Et identifier des partenaires pour un projet EU. Dans ces projets, il y a des possibilités de contrats pour les artistes acadiens ici et en Europe.*
- ✓ *Le déjeuner contact m'a permis de faire de belle rencontre avec des Européens dans différents domaines allant du booking de spectacle à l édition.*
- ✓ *Bravo à la SPAASI. Et surtout merci pour l'excellent travail!!*
- ✓ *Les conseils des personnes intervenantes étaient intéressants et pertinents, mais n'apportaient pas réellement de procédés concrets à mettre en oeuvre pour diffuser un spectacle à l'international (en particulier de théâtre).*
- ✓ *J'ai apprécié l'atelier portant sur l'édition musicale. Bonne présentation de l'animatrice et de ses invités.*
- ✓ *Impliquer les partenaires d'évènements de la chanson émergente au projet de Coup de Coeur de la relève avec les partenaires européens.*
- ✓ *Que le théâtre et les arts autres que la musique soient mieux représentés et intégrés aux formations proposées.*
- ✓ *Reprendre et augmenter le volet "vitrines internationales" réservé aux délégués internationaux. Mieux identifier les artistes acadiens vs Québec dans le programme.*
- ✓ *Si la SPASSI veut continuer à développer les autres disciplines artistiques et que la FrancoFête est son grand événement rassembleur, il faudrait peut-être songer à quelques moments de mise en valeur des disciplines qui ne sont pas des arts de la scène. La littérature se prêterait bien à cet exercice: lecture du matin ou du soir, exposition de livres...À voir.*
- ✓ *Bonne démarche pour préparer les artistes acadiens à l'exportation à l'international.*
- ✓ *À l'année prochaine.*
- ✓ *Continuez...*

ANNEXES

a) NOTES de VOYAGE de la coordonnatrice SPAASI, du 6 au 13 novembre 2012
b) POLITIQUE DE SÉLECTION des délégués internationaux
c) HORAIRE des professionnels internationaux
d) PROGRAMMATION détaillée du volet international
e) AFFICHE de remerciement 4' x 5' et PUBLICITÉ dans le cahier contact 5'' x 7''
f) COMMUNIQUÉS de presse de la SNA/SPAASI
g) ENTREVUE audio-vidéo avec Radio-Canada
h) PARTICIPANTS inscrits aux ateliers
i) BILAN des formateurs
j) SONDAGES de la SPAASI des exportateurs et des acheteurs
k) SONDAGE et données statistiques de RADARTS
l) ENQUÊTE APECA sur la formation en promotion du commerce extérieur

VOLET #2 : FOIRE COMMERCIALE

1. FESTIVAL PULLY-LAVAUX À L'HEURE DU QUÉBEC, DU 1 AU 9 JUIN 2012 (SUISSE)

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 20 000 visiteurs au festival
- ✓ 1 000 cartes de postes d'écoute du CRIA
- ✓ 17 concerts d'artistes acadiens
- ✓ 5 concerts scolaires
- ✓ 1 kiosque SPAASI/CRIA
- ✓ 1 ouverture officielle du Pavillon Acadien
- ✓ 1 Prix Guy Bel de la Ville de Pully (à Monique Poirier)
- ✓ 1 journée professionnelle
  - 29 acheteurs étrangers
  - 9 exportateurs acadiens en vitrine (artistes et groupes)
  - 1 déjeuner-réseautage artistes-acheteurs
  - 1 activité « speed-dating » avec les artistes acadiens
  - 1 lancement du CRIA en France
  - 1 session de programmation RAME
  - 1 réception d'au revoir

Programme à l'entrée du Pavillon Acadien

COORDONNATEUR/CONSULTANT LOCAL

Pour s'assurer de l'efficacité de cette foire commerciale, la SPAASI a retenu les services d'un expert de l'industrie, M. Denis Alber. Travaillant et résidant en Suisse, M. Alber était également le directeur artistique du festival Pully-Lavaux. Ses responsabilités incluaient : l'identification et le recrutement de nouveaux délégués, faire les suivis et confirmer les RSVP, organiser la logistique locale (location de salles, repas, transport et hébergement des délégués, etc.), et la promotion (avec les médias et les instances gouvernementales régionales). M. Alber a aussi donné un ton convivial et familier aux activités, afin de permettre aux acheteurs de se sentir en confiance. La SPAASI est très satisfaite de cette collaboration et entend poursuivre cette approche dans le futur.

EFFICACITÉ DES OUTILS DE PROMOTION

La stratégie marketing a été exécutée de pair avec le festival et s'est avérée très efficace. Premièrement, la SPAASI a développé un kiosque pour le CRIA (3 bannières déroulantes) qui a facilité les rencontres et les discussion avec les festivaliers sur l'Acadie et les artistes acadiens. La SPAASI a aussi mis en place un projet pilote de 1 000 petites cartes promotionnelles, avec code QR donnant accès aux postes d'écoute du CRIA. Ces cartes ont été très efficaces puisqu'elles ont augmenté de façon significative les visites sur notre site Web (+100 heures).

La SPAASI a aussi fait un partenariat avec le Congrès mondial acadien 2014, ce qui a permis de préparer d'immenses affiches des artistes dans le pavillon, et de retenir les services d'un coordonnateur des communications pendant l'événement.

L'Acadie étant à l'honneur pour cette édition du festival, ses artistes ont été au cœur de la couverture médiatique pendant toute la durée de l'événement.

Kiosque du CRIA, dépliants du CMA 2014 et affiches du NB au Pavillon de l'Acadie

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 29 professionnels étaient présents, dont 20 nouveaux délégués (69%). Parmi eux, il y avait 15 diffuseurs (52%), 13 collaborateurs (45%) et 1 membre de soutien (3%). Ceux-ci étaient originaires de la Suisse (20 à 29%), de la France (7 à 24%) et de la Belgique (2 à 7%). La Suisse offre beaucoup de possibilités d'exportation pour les artistes acadiens et reste un marché peu développé. Avec les nouveaux acheteurs identifiés et les liens établis pendant cette foire commerciale, il sera plus facile d'appuyer le réseau de diffusion régional (avec la France, la Belgique, et l'Allemagne), de joindre des genres/styles différents (ex.: Rock Oz Arènes - métal), et de rentabiliser les tournées en ajoutant des dates de spectacles.

À noter que 3 diffuseurs locaux ayant déjà confirmé leur place ne sont pas venus (identifiés par un astérisque). À part une excuse médicale, nous croyons que les 2 autres absences ont été causées dû au fait de la proximité de leur salle de spectacle au site du festival (toutes les salles de spectacle étant utilisées au maximum pendant le festival, ces professionnels ont très possiblement été accaparés par les besoins logistiques de leurs salles respectives et n'ont pu se libérer pour la journée pro) – de là l'importance d'inviter aussi des professionnels de l'extérieur dans chaque manifestation.

	Nom	Structure	Pays	Nouveaux / Récurrents		Statut		
1	Fernand Houdart	Maison de la culture d'Arlon	Belgique		R	D		
2	Patricia Meerts	Centre culturel Woluwe-Saint-Pierre	Belgique		R	D		
3	Albert Weber	Francomag	France		R			C
4	Denis Nouchi	La lune dans les pieds	France	N		D		
5	Jean-Michel Tambourré	Longueur d'Ondes	France		R			C
6	Laurent Malvaldi	Auguri Productions	France	N				C
7	Rosanna Granieri	S.P.A.C.E.	France	N				C
8	Stéphane Konopczynski	Factory #14	France		R			C
9	Vladimir Louvrier	Option Musique, Radio Télévision Suisse	France	N				C
10	Adélaide Wojciechowski	Swiss Music Export	Suisse	N				C
11	Alain Nitchaeff	L'esprit frappeur	Suisse	N		D		
12	*Brigitte Romanens-Deville	Théâtre de Vevey	Suisse	N		D		
13	*Claudine Donzé	Les Assortiments	Suisse	N				C
14	Denis Alber	Francophonie en Fête	Suisse		R	D		
15	Francis Theurillat	Francis Theurillat	Suisse	N				C
16	Gil Reichen	Ville de Pully	Suisse	N			MS	
17	Jacques Hess	Le Chant Laboureur; Le Chant des Beaux Humains	Suisse	N		D		
18	*Jacques Monnier	Paleo-Festival	Suisse	N		D		
19	Lilian Geoffroy	Théâtre de la Voirie	Suisse	N		D		
20	Marcel Schiess	L'Agence	Suisse	N				C
21	Marlène Rieder	Plateforme Culture Valais	Suisse	N				C
22	Michel May	Rock Oz' Arènes	Suisse	N		D		
23	Ornella Lungh	Radio Option Musique	Suisse	N				C
24	Priscille Alber	Le Chat Noir	Suisse	N		D		
25	Rico Perriard	Festival Pully-Lavaux	Suisse		R	D		
26	Roland Le Blévennec	Festival Voix de Fête	Suisse		R	D		
27	Sophie Michaud	Plateforme Culture Valais	Suisse	N				C
28	Ulrich Schuwey	Padam-Padam; Festival Chanson en Stock	Suisse		R	D		
29	Yasmine Char Wegmuller	Théâtre de l'Octogone	Suisse	N		D		
	3 = absents			**20 = Nouveaux**		**15 = Diffuseurs**		
				9 = Récurrents		**13 = Collaborateurs**		
						1 = Membre de soutien		

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait 9 artistes et groupes artistiques acadiens en concert lors du festival (2 de la N.-É., soit 22% et 7 du N.-B., soit 78%). Trois des groupes étaient en concert lors de l'ouverture officielle le 6 juin (identifiés par un astérisque), tandis que les 6 autres étaient en vitrine ou en concert lors de la journée professionnelle du 7 juin.

	Artistes et groupes acadiens	Province
1	*Danny Boudreau	N.-B.
2	*Dominique Breau	N.-B.
3	*Lina Boudreau	N.-B.
4	Lisa LeBlanc	N.-B.
5	Monique Poirier	N.-B.
6	Pascal Lejeune	N.-B.
7	Tradition	N.-B.
8	Joseph Edgar	N.-É.
9	Lennie Gallant	N.-É.

Selon le sondage SPAASI (5 répondants), **60%** des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont dit avoir reçu une offre d'achat de spectacle ou de projet de collaboration de la part d'un ou des acheteurs internationaux présents.

Monique Poirier avec ses jeunes fans après un concert scolaire devant les délégués professionnels

Voici quelques commentaires :

- ✓ *Nous avons joué sur la radio nationale de la Suisse avec une entrevue. Aussi, quelques gens nous ont dit qu'ils vont nous contacter pour possiblement des dates dans le futur, mais rien de concret ne fut signé.*
- ✓ *Un rapprochement de plus avec de nouveaux diffuseurs.*
- ✓ *Nous avons eu la chance d'être interviewé à la radio nationale.*
- ✓ *Intérêt pour spectacles jeunesse de la part de plusieurs diffuseurs européens.*
- ✓ *Nous discutons présentement avec 2 diffuseurs et 1 gérant d'artistes.*

Lennie Gallant en vitrine

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Il y a d'abord eu l'ouverture officielle du Pavillon acadien du festival le dimanche 3 juin à 17h, avec le syndic (maire) de la ville de Pully, le directeur du festival, l'attachée culturelle SPAASI et environ 150 invités (médias, artistes acadiens, professionnels, invités spéciaux et public), suivie d'une soirée de concerts avec les artistes acadiens pour le grand public.

Réception d'ouverture officielle du Pavillon de l'Acadie

Les rencontres professionnelles officielles ont débuté le jeudi 7 juin, avec comme invités d'ouverture le maire de Pully et l'attachée commerciale de l'Ambassade du Canada en Suisse pour souhaiter la bienvenue aux délégués internationaux. Les activités de réseautage ont débuté après la première vitrine, avec un déjeuner-réseautage entre les artistes acadiens et les délégués internationaux, suivi d'une activité de « speed-dating » (rencontres individuelles de 15 min).

La SPAASI a, par la suite, fait le lancement officiel du Centre de ressources international et acadien (CRIA), et présenté le calendrier de tournées potentielles des artistes acadiens en Europe pour 2013, tout en sondant les participants sur leurs intentions de programmation.

Les rencontres se sont terminées par une réception d'au revoir offerte par le festival.

Rencontres	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Ouverture officielle le 3 juin	150	13
Déjeuner-réseautage	58	26
Activité « Speed-dating »	36	7
Lancement du CRIA, session de programmation RAME et réception d'au revoir	34	5
TOTAL	**278**	**51**

Selon le sondage SPAASI (8 répondants), **13%** des délégués internationaux ont indiqué leur intention de faire ou d'avoir fait une offre d'achat de spectacle ou de projet de collaboration suite à cet événement (à noter que 4 des 8 répondants n'étaient pas des diffuseurs), et **63%** des délégués internationaux ont indiqué leur intérêt à vouloir participer à la prochaine FrancoFête en Acadie.

Rencontres professionnelles et activités de réseautage entre les artistes acadiens et les délégués internationaux

Voici quelques commentaires :

- ✓ *Quelques belles découvertes, il me tarde d'en faire d'autres. Merci aussi pour l'accueil parfait et la chaleur humaine.*
- ✓ *Bravo pour votre effort soutenu en faveur de l'exportation des artistes acadiens sur les marchés internationaux.*
- ✓ *Ma présence était davantage liée à mon rôle d'informateur/répercuteur d'information. Je travaille au rayonnement des artistes et des institutions culturelles de ma région. C'est davantage dans le dialogue avec les responsables d'institutions (festivals, salles de concerts,...) que je peux apporter ma contribution.*
- ✓ *Éventuellement une petite brochure présentant vos artistes... avec un cd... le tout publié peut-être. 1x par an... internet, c'est peut-être moderne... mais c'est volatile... 3 petits clics et puis on oublie...*

ANNEXES

a) NOTES de VOYAGE, du 2 au 9 juin 2012
b) ENTENTE de collaboration avec le festival Pully-Lavaux
c) CONTRAT de service avec le consultant local, Denis Alber
d) CONTRAT de service avec la consultante en communications, Carol Doucet
e) PROGRAMMATION « …et l'Acadie chante » du festival
f) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
g) AFFICHES promotionnelles de l'Acadie au festival
h) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles
i) PARTICIPANTS inscrits aux activités pro
j) DISCOURS de la coordonnatrice SPAASI (ouverture officielle)
k) DISCOURS du maire de Pully (ouverture et journée pro)
l) COMMUNIQUÉ du festival Pully-Lavaux
m) ARTICLES (journal et TV) en Acadie
n) ARTICLES (journal et TV) à l'international
o) RAPPORT d'activités de Denis Alber
p) SONDAGES de la SPAASI aux exportateurs, aux acheteurs et aux médias
q) SONDAGE de l'APECA sur la promotion du commerce extérieur

Lisa Leblanc et Pascal Lejeune
en entrevue « live » avec
la radio nationale Suisse

Joseph Edgar en vitrine

2. FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT DU 3 AU 12 AOÛT 2012 (FRANCE)

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 2,9 millions de téléspectateurs TV5 pour la retransmission de la Nuit Interceltique en « prime time » national, soit 16% du public présent devant son téléviseur
- ✓ 700 000 à 800 000 visiteurs au festival en 10 jours
- ✓ 200 000 visiteurs au pavillon de l'Acadie
- ✓ 60 000 festivaliers sur place à la Grande Parade, dont 3,3 millions de téléspectateurs TV5 pour la retransmission de la Grande Parade du 5 août
- ✓ 92 709 billets édités, dont 74 306 billets vendus aux concerts d'artistes acadiens
- ✓ 31 093€ (environ 42 000$CAD) ou 2 155 disques d'artistes acadiens vendus à la boutique du FIL
- ✓ 2 500 cartes de postes d'écoute du CRIA distribuées
- ✓ 17 concerts d'artistes acadiens gratuits
- ✓ 1 kiosque SNA/SPAASI/CRIA
- ✓ 2 journées professionnelles
  - 33 acheteurs étrangers
  - 20 exportateurs acadiens en vitrine (artistes et groupes)
  - 1 ouverture officielle
  - 1 déjeuner-réseautage artistes-acheteurs
  - 1 activité « speed-dating » avec les artistes acadiens
  - 1 table ronde sur le RAME
  - 1 présentation du CRIA et de la FrancoFête
  - 1 réception d'au revoir

COORDONNATEUR/CONSULTANT LOCAL

Tout comme à Pully, la SPAASI a retenu les services d'un consultant local, soit M. Stéphane Konopczynski. Les tâches du consultant incluaient le recrutement des délégués et la logistique locale. L'expérience et le travail de M. Konopczynski a permis de recruter 50% de nouveaux acheteurs pour les rencontres professionnelles.

EFFICACITÉ DES OUTILS DE PROMOTION

Les organisateurs du pavillon de l'Acadie « L'Acadie à Lorient » avaient déjà retenu les services d'une agence de communications. Cette dernière était responsable d'organiser toutes les entrevues avec les médias pour les artistes acadiens, ainsi qu'une conférence de presse pour la SPAASI avant le début des rencontres professionnelles du 9 août.

Il y avait une trentaine de personnes à la conférence de presse, dont plusieurs médias de Bretagne, de France et d'Europe. La SPAASI a profité de cette occasion pour lancer l'appel d'offre du projet des Pays-Tiers de l'Union Européenne. Une douzaine d'articles portant sur les journées professionnelles ont parus en Acadie et en France.

La SPAASI a participé pleinement à l'animation du kiosque de la SNA, avec ses bannières du CRIA en arrière-scène et en distribuant plus de 2 500 cartes de postes d'écoute – appuyant ainsi les diffuseurs locaux dans le développement de public pour les artistes acadiens en territoire français. Ces nouvelles cartes améliorées ont été créées suite au succès du projet pilote de cartes de postes d'écoute effectué lors de la foire commerciale précédente (à Pully).

Lancement de l'appel d'offre du projet de l'Union Européenne à la conférence de presse

Pour la première fois, la SPAASI a distribué des clés USB avec le logo et l'adresse du CRIA aux 33 professionnels invités. Les clés contenaient les dossiers des artistes acadiens en vitrine, incluant leur biographie, postes d'écoute et informations contact pour le booking. Celles-ci ont été distribuées lors du dîner des délégués. L'accueil a été très favorable et pour certains délégués a servi à confirmer le professionnalisme de la SPAASI. Des clés seront ainsi distribuées dans les foires commerciales futures.

Articles promotionnels CRIA : cartes de postes d'écoute, clés USB, cartes d'affaires et passeport acadien

L'Acadie à l'honneur lors de la Grande Parade, avec plus de 60 000 festivaliers

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 33 professionnels étrangers étaient présents, dont 19 diffuseurs (58%) et 14 collaborateurs (42%), en provenance de la France (23 à 70%), de l'Italie (5 à 15%), de la Belgique (3 à 9%) et de la Suisse (2 à 6%). La Bretagne offre beaucoup de possibilités d'exportation pour les artistes acadiens étant donné les liens culturels et historiques qui les unissent, et ce, particulièrement dans les genres musicaux comme le celte, le roots, et le traditionnel. Autre fait important est le retour des diffuseurs italiens qui ont déjà programmé des artistes acadiens il y a plus d'une dizaine d'années (rencontrés à la conférence de presse SPAASI), et la participation des Francofolies de La Rochelle et de Spa, deux festivals européens majeurs.

	Prénom	Organisation	Pays	Nouveau / Récurrent	Statut
1	Charles Gardier	Festival Francofolies de Spa	Belgique	N	D
2	Fred Macquet	RTBF	Belgique	N	C
3	Gabrielle Davroy	Classic 21, VivaCity, RTBF	Belgique	N	C
4	Amandine Haegelin	Théâtre d'Arras	France	N	D
5	Annie Thiolat	La Cité Nantes Events Center	France	N	C
6	Chantal Brisabois	Ville de Douai	France	N	D
7	Christian Bordarier	Improbables Consulting	France	R	D
8	Christine Cadours	Ville d'Argenteuil-Bezons, Le Figuier blanc	France	N	D
9	Élisabeth Bégon	Festival Les oreilles en pointe	France	N	D
10	François Émond	L'Acadie à Lorient	France	R	D
11	Frédérique Delbarre	Olympia, Salle 72	France	N	D
12	Gérard Auger	Espace 93, Le Chapiteau, Ville de Clichy-Sous-Bois	France	R	D
13	Gérard Pont	Festival Les Francofolies de LaRochelle	France	N	D
14	Jean-Yves Le Corre	Coop Breizh	France	N	C
15	Juliette Solal	Le Labo	France	R	C
16	Laure Joly	Profession Spectacle	France	N	C
17	Lisardo Lombardia	Festival Interceltique de Lorient (FIL)	France	R	D
18	Loïck Royant	Les Vieilles Charrues	France	N	D
19	Maxime Balcon	Compimusic, Compimedia, Cabinet Balcon	France	N	C
20	Paul Billaudeau	La Cité Nantes Events Center	France	R	D
21	Pierre-Adrien Roux	Télégramme	France	N	C
22	Rosanna Granieri	Good Export, S.P.A.C.E., Disques Victoire Europe	France	N	C
23	Serge Beyer	Longueur d'Ondes	France	R	C
24	Sophie Glarner	Big Bravo Spectacles	France	N	C
25	Stéphane Konopczynski	SK Culture	France	R	C
26	Véronique Marie-Croisille	Side Street Music	France	N	C
27	Alessia Centelli	Celtica	Italie	N	D
28	Gaia Frola	Celtica	Italie	N	D
29	Giustino Soldano	Guistino Soldano Freelance	Italie	N	C
30	Laura Plati	Celtica	Italie	N	D
31	Riccardo Taraglio	Celtica	Italie	N	D
32	Denis Alber	Francophonie en Fête	Suisse	R	D
33	Rico Perriard	Festival Pully-Lavaux à l'heure du Québec	Suisse	R	D
				23 = Nouveaux **10 = Récurrents**	**19 = Diffuseurs** **14 = Collaborateurs**

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait 20 artistes et groupes artistiques acadiens en concert au festival (2 de la N.-É., soit 10%, 2 de l'I.-P.-É., soit 10%, et 18 du N.-B., soit 80%). Neuf de ces groupes étaient en concert les 4, 5, 7 et 9 août (identifiés par un astérisque), tandis que les 11 autres étaient en concert lors des journées professionnelles des 8 et 9 août.

	Artistes et groupes acadiens	Province
1	*Rémi Arsenault	I.-P.-É.
2	Mario Fayo Leblanc	I.-P.-É.
3	*Isabelle Thériault	N.-B.
4	*Jac Gautreau	N.-B.
5	*Marie-Jo Thério	N.-B.
6	*Monique Poirier	N.-B.
7	*Roch Voisine	N.-B.
8	*Sandra LeCouteur	N.-B.
9	*Suroit	N.-B.
10	Dominique Breau	N.-B.
11	Dominique Dupuis	N.-B.
12	Georges Belliveau	N.-B.
13	La Virée	N.-B.
14	Les Hay Babies	N.-B.
15	Lisa Leblanc	N.-B.
16	Louise Vautour	N.-B.
17	Pascal Lejeune	N.-B.
18	Stephen Leblanc	N.-B.
19	*Colin Grant	N.-É.
20	Joseph Edgar	N.-É.

Selon le sondage SPAASI (13 répondants), **39%** des artistes en vitrine et/ou participants aux activités SPAASI ont dit avoir reçu une offre d'achat de spectacle ou de projet de collaboration, de la part d'un ou des acheteurs internationaux présents.

De plus, selon les rapports de vente de la boutique du festival, les artistes acadiens ont vendu 2 155 disques compact, pour une valeur totale de 42 000$ CAD, soit 32 000$ de revenus direct pour les artistes.

Salle complète pour le cercle d'auteurs-compositeurs « Chante moi ta toune »

Voici quelques commentaires :

- ✓ *Superbe organisation, bravo et merci à toute l'équipe.*
- ✓ *Ce festival offre une visibilité et une occasion à partager la culture acadienne à international. Je souhaite que les artistes acadiens auront d'autres opportunités à y participer dans le futur.*
- ✓ *C'est toujours un plaisir de participer au festival, ainsi qu'aux rencontres professionnelles. Par contre, je dirais que dans la programmation, il serait bon d'être plus juste par rapport aux heures de performance des vitrines qu'on assigne aux artistes. Par exemple, ma vitrine était en après-midi, devant les foules typiques de l'après-midi (familles, personnes plus âgées). Le spectacle que j'offrais là, avec mon band, étant beaucoup plus un spectacle de nuit, aurait peut-être mieux rayonné si programmé plus tard, devant une foule plus prête et dans l'esprit de ce genre d'énergie.*
- ✓ *Merci*
- ✓ *On aurait tout simplement aimé amener plus de délégués à nos spectacles, mais avec notre horaire de spectacles, on était soit trop tôt ou trop tard pour la durée de visite de la plupart des délégués. Quand même, on a beaucoup apprécié l'accueil de l'équipe NB à leur pavillon acadien et également l'occasion de participer aux rencontres SPAASI. Merci beaucoup.*
- ✓ *J'ai reçu des offres de spectacles pour mes tournées estivales 2013, mais je n'ai pas les détails (nombre de dates, cachet, etc.), puisque c'est mon équipe de gérance qui s'en occupe. Ma présence au FIL et au pavillon de l'Acadie a toujours des retombées, et je sais que la présence de la SPAASI a eu une incidence sur les retombées pour tous les artistes présents.*
- ✓ *C'est un projet sans précédent, je crois, mais il faudra que des opportunités se développent autour pour que la province justifie investir encore dans le projet.*
- ✓ *Merci.*

Artistes acadiens en concert
au Pavillon de l'Acadie

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Les rencontres officielles ont débuté le mercredi 8 aout lors de la réception d'ouverture de la foire commerciale SPAASI, avec plusieurs invités spéciaux dont le directeur de l'Acadie à Lorient, la Ministre de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail du N.-B., le président de la SNA, le directeur du Festival Interceltique de Lorient, la responsable du programme Initiatives collectives de Musicaction, la coordonnatrice SPAASI, et un message de l'Ambassade du Canada en France.

Présentations lors de la réception d'ouverture des journées professionnelles

Après une première ronde de vitrines au Pavillon de l'Acadie, les rencontres professionnelles se sont poursuivies lors d'un dîner d'accueil des délégués internationaux au Club K, avec des représentants de la SNA, de la SPAASI et de Musicaction. Le lendemain, le 9 aout, les artistes ont rencontré les délégués lors d'un déjeuner-réseautage, suivi d'une activité de « speed-dating ». En fin d'après-midi, les professionnels et les représentants d'artistes acadiens ont discuté des opportunités de programmation pour la saison 2013, en plus d'en apprendre plus sur le CRIA et la FrancoFête. Finalement, les délégués se sont rencontrés en arrière-scène du pavillon de l'Acadie pour une réception d'au revoir avec la délégation acadienne. Chacune de ces rencontres était entrecoupée de vitrines d'artistes acadiens.

Rencontres	Nombre de participants	Nombre d'intervenants de l'industrie culturelle acadienne
Ouverture officielle et café-réseautage	+/- 30	12
Conférence de presse SPAASI	+/- 30	3
Diner des professionnels	38	3
Déjeuner-réseautage et « Speed-dating »	53	19
Session de programmation RAME, présentation du CRIA et de la FrancoFête en Acadie	38	5
Réception d'au revoir	81	48
TOTAL	**232**	**90**

Selon le sondage SPAASI (10 répondants), **70%** des délégués internationaux ont indiqué leur intention de faire ou d'avoir fait une offre d'achat de spectacle ou de projet de collaboration suite à cet événement, et **80%** des délégués internationaux ont indiqué leur intérêt à vouloir participer à la prochaine FrancoFête.

Dîner d'accueil des professionnels au Club K

Déjeuner-réseautage entre les artistes acadiens et les délégués internationaux, et rencontres d'affaires individuelles

Voici quelques commentaires :

- ✓ *Restez comme vous êtes!*
- ✓ *Il me paraît important d'apporter une expérience et un accompagnement professionnalisés aux artistes acadiens, avec une vision actuelle de comment et pourquoi ces artistes pourraient et devraient passer les frontières.*
- ✓ *Sera présent à la FrancoFête de novembre 2012.*
- ✓ *Merci, continuez à être présent sur les marchés et festivals, la persévérance porte ses fruits et l'on connaît et fait connaître ainsi mieux l'Acadie et ses superbes artistes.*
- ✓ *Projet/de vitrine acadienne.*
- ✓ *Un accompagnement scénique serait favorable en amont de la FrancoFête, afin de donner une vision plus proche de ce qu'attendent les professionnels internationaux qui seront présents au festival à Moncton.*
- ✓ *Structuration des droits de la Propriété Intellectuelle acadiens sur le marché français et ou européen (droits d'auteur, droits producteurs, droits de synchro, droits des marques..)*
- ✓ *Continuer à développer une collaboration efficace avec l'Acadie en Suisse.*
- ✓ *J'ai fait écouter plusieurs artistes acadiens à mes collègues radios heureux de découvrir un univers dont ils ne connaissent pas grand chose.*
- ✓ *Projet autour du théâtre et ou des arts plastiques.*
- ✓ *Trouver le maximum de dates pour Dominique et son groupe, valoriser la sortie du nouvel album en France et Europe*

Frédérique Delebarre (Olympia de Paris) dans la section VIP du Pavillon acadien

ANNEXES

a) NOTES de VOYAGE, du 1 au 13 aout 2012
b) CONTRAT de service avec le consultant local, Stéphane Konopczynski
c) PROGRAMMATION du Pavillon de l'Acadie
d) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
e) PROGRAMMATION détaillée des rencontres professionnelles
f) DISCOURS de la coordonnatrice SPAASI (ouverture officielle)
g) MESSAGE de l'Ambassade du Canada à Paris
h) PARTICIPANTS inscrits aux activités pro
i) COMMUNIQUÉ de la SNA/SPAASI
j) DOSSIER DE PRESSE avec les médias de l'Acadie et d'Europe
k) BILAN des ventes de billets et de disques
l) RAPPORT d'activités de Stéphane Konopczynski
m) SONDAGES de la SPAASI aux exportateurs, aux acheteurs et aux médias
n) SONDAGE de l'APECA sur la promotion du commerce extérieur

Réception d'au revoir des délégués internationaux avec les artistes acadiens, en arrière-scène du Pavillon

VOLET #3 : DÉMARCHAGES

La SPAASI avait 4 activités de démarchage prévues pour la saison 2012-2013, mais 2 d'entre elles ont été annulées dû à un manque de financement et/ou de temps, incluant un démarchage au *World Music Expo (WOMEX)* en octobre 2012 (priorité de programmation réassignée à la FrancoFête pour finaliser les inscriptions des délégués internationaux) et un autre au *Folk Alliance International Conference (FAI)* en février 2013. Dans les deux cas, le budget a été réassigné à la FFA pour assurer un budget équilibré. À noter que WOMEX ac sera reportée à la saison 2014-2015. Les deux autres activités de démarchage complétées sont les suivantes.

1. SEMAINE DE LA MUSIQUE DE LA CÔTE EST (EAST COAST MUSIC AWARDS – ECMA), DU 11 AU 15 AVRIL 2012 (MONCTON)

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 17 artistes et groupes acadiens en vitrine
- ✓ 16 rencontres professionnelles
- ✓ 7 ateliers de formation
- ✓ 4 activités de réseautage

INTERVENANTS LOCAUX

Puisque les ECMA ont eu lieu à Moncton, la SPAASI en a profité pour rencontrer individuellement 8 intervenants de l'industrie de la musique locaux importants, de façon a planifier la programmation à venir de façon plus concertée et collaborative. Par exemple, une rencontre avec Musique NB a permis de développer l'atelier *« Préparation à l'exportation 101 & 102 »* qui fut présenté lors de la FrancoFête 2012. D'autre part, une rencontre avec un représentant du gouvernement de la N.-É. à permis d'en apprendre plus sur les programmes de financement disponibles dans cette provinec, et dans les mois qui ont suivi, d'obtenir ce financement pour la foire commerciale de Pully-Lavaux. Finalement, une rencontre avec les représentants du Congrès mondial acadien 2014 a permis d'identifier cette structure comme partenaire financier potentiel pour la foire commerciale de Pully-Lavaux, ainsi que pour le développement du marché américain.

DÉLÉGUÉS INTERNATIONAUX

En tout, 26 professionnels étrangers étaient présents, dont 92% en provenance de marchés anglophones (États-Unis, Pays-Bas, Royaume-Uni, Australie) et 2% de la France. Parmi les 4 acheteurs rencontrés, 2 étaient de nouveaux acheteurs (50%), 3 des diffuseurs (75%) et 2 provenaient de nouveaux marchés (50%). La SPAASI en a profité pour étudier la possibilité de développer le marché américain, plus spécialement de la côte est américaine, et la possibilité de collaborer avec les ECMA pour ce type de développement.

	Nom	Structure	Pays	Nouveaux / Récurrents	Statut
1	Jean-Olivier Brun	Sophiane Tour	France	N	C
2	Lisardo Lombardia	Festival interceltique de Lorient	France	R	D
3	Phill McIntyre	New England Celtic Arts	États-Unis	R	D
4	David Silbaugh	Summerfest	États-Unis	N	D
				2 = Nouveaux 2 = Récurrents	3 = Diffuseurs 1 = Collaborateurs

ARTISTES EXPORTATEURS ACADIENS

Il y avait 17 artistes et groupes artistiques acadiens en vitrines officielles organisées par les ECMA, dont 1 de l'I.-P.-É., 4 de la N.-É. et 12 du N.-B., sur un total de 174 vitrines. À noter que ces vitrines ont été sélectionnées par le comité des ECMA.

	Artistes et groupes acadiens	Province
1	Ten Strings and a Goat Skin	I.-P.-É.
2	Caroline Savoie	N.-B.
3	Georges Belliveau	N.-B.
4	Kevin McIntyre	N.-B.
5	La Virée	N.-B.
6	Les Hôtesses d'Hilaire	N.-B.
7	Lisa Leblanc	N.-B.
8	Luc Tardif	N.-B.
9	Monique Poirier	N.-B.
10	Pascal Lejeune	N.-B.
11	Rock Voisine	N.-B.
12	The Backyard Devils	N.-B.
13	Tradition	N.-B.
14	Blou	N.-É.
15	Joseph Edgar	N.-É.
16	Lennie Gallant	N.-É.
17	Radio-Radio	N.-É.

LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

En plus d'assister aux vitrines des artistes acadiens, des 8 rencontres avec des intervenants locaux et des 4 rencontres avec des professionnels internationaux, la SPAASI a initié 2 rencontres avec des membres de l'industrie canadienne pour la cueillette de l'intelligence compétitive, et 2 autres rencontres portant sur des projets déjà en cours. La SPAASI a également participé à 7 ateliers de formation en exportation et 4 activités de lors de sa participation aux ECMA et de son *« Symposium francophone »*.

Pour la première fois cette année, les ECMA ont signé une entente de collaboration avec l'Association nationale pour l'industrie de la musique (ANIM) pour présenter un volet francophone. Ce volet incluait des vitrines d'artistes acadiens, des activités de réseautage, des ateliers de formation et même des délégués professionnels. Les ECMA ont depuis exprimé leur intérêt à la SPAASI de présenter un volet francophone dans les éditions futures, et de continuer à collaborer avec la SPAASI lors de ses activités de foires commerciales.

Atelier de formation « Faire la cour aux professionnels »
présenté dans le cadre du Symposium francophone

Rencontres	Nombre d'activités
Ateliers de formation – Export Readiness Pitching workshop – Music & Image Spotlight on Music Placement – Let's Get Digital – Faire la cour aux professionnels (Symposium francophone) – Turn It Up on the World Stage of Festivals – The Secrets of Touring Around the World – La tournée plus qu'un road trip (Symposium francophone)	7
Rencontres avec des intervenants locaux – Louise Morrison, APECA – Léopold Charest et Marc Beaulieu, CMA – Marie-Renée Duguay, ancienne coordonnatrice SPAASI – Mickey Quase, NS Music Development Officer – Carole Chouinard, Karo Productions – Claudine Thériault, Distribution Plages – Yolande Bourgeois, Icitte Productions – Jean Surette, Musique NB	8
Rencontres pour la cueillette de l'intelligence compétitive – Jan Miller, Lowenbe Holdings – Gilles Garand, Folquebec	2
Rencontres avec des professionnels internationaux – Jean-Olivier Brun, Sophiane Tour – Lisardo Lombardia, Festival interceltique de Lorient France – Phill McIntyre, New England Celtic Arts – David Silbaugh, Summerfest	4
Rencontres sur des projets déjà en cours – Foire commerciale de Pully-Lavaux – Foire commerciale de Lorient	2
Activités de réseautage – ECMA Dial-In Mixer Reception – Conférence de presse CMA – Socan Contact Mixer – Rendez-vous International Mixer (Symposium francophone)	4
TOTAL	**27**

ANNEXES

a) NOTES de VOYAGE, du 11 au 13 avril 2012
b) COMMUNIQUÉ des ECMA sur le Symposium francophone
c) ARTICLE de l'Acadie Nouvelle
d) SONDAGE de l'APECA sur la promotion du commerce extérieur

Artistes acadiens Roch Voisine (gauche) et Lennie Gallant (droite)
en vitrine lors du gala « Célébration francophone » des ECMA

2. CONCERTATION POUR LE PROGRAMME DES PAYS-TIERS DE L'UNION EUROPÉENNE

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 41 participants
- ✓ 7 propositions de projets Europe-Acadie
- ✓ 1 appel d'offres international
- ✓ 1 rencontre internationale

APPEL D'OFFRES

La SPAASI a tout d'abord lancé un appel d'offres aux intervenants potentiels. Le lancement européen s'est fait lors de la conférence de presse SPAASI au Festival Interceltique de Lorient le 9 août 2012, et le lancement en Acadie a eu lieu le 22 août. La SPAASI a reçu 7 propositions officielles, et 7 autres confirmations d'intérêt à participer au projet.

RENCONTRE PROFESSIONNELLE

La SPAASI a, par la suite, invité les 14 soumissionnaires à présenter leur projet dans le cadre d'une rencontre Acadie-Europe tenue lors de la FrancoFête en Acadie 2012. Plus d'une quarantaine de personnes étaient présentes pour discuter des possibilités de partenariat Acadie-Europe, dont 13 intervenants acadiens et une représentante du programme de Pays-Tiers de l'Union Européenne.

À la fin de la rencontre, les participants ont été invités à poursuivre les discussions directement avec leurs partenaires potentiels dans le but éventuel de soumettre une demande de financement au programme des Pays-Tiers, avec l'appui de la SPAASI.

Même si aucune demande de financement n'ait officiellement été soumise à l'UE par les partenaires européens (seuls les partenaires membres de l'Union européenne pouvaient soumettre une demande), et ce, en grande partie dû à l'imposant système administratif qui gère le programme, certains des projets présentés lors de cette rencontre ont tout de même été réalisés (résidences d'artistes à Argenteuil/Astaffort et à Nantes), tandis que d'autres sont toujours en développement (inclusion du volet littérature dans les activités de foires commerciales, présentations de vitrines d'artistes étrangers à la FrancoFête).

Enfin, l'intérêt démontré pour des collaborations Europe-Acadie par les professionnels internationaux exprime bien le potentiel d'exportation pour les artistes acadiens et la nécessité d'offrir des opportunités de réciprocité à ces partenaires.

ANNEXES

a) APPEL D'OFFRES de la SPAASI
b) SOUMISSIONNAIRES intéressés et projets potentiels

Discussion sur les opportunités de collaboration Acadie-Europe pour le projet de l'Union Européenne

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

EN RÉSUMÉ :

- ✓ 6 000 cartes de postes d'écoute du CRIA
- ✓ 250 clés USB promotionnelles du CRIA
- ✓ 108 profils d'artistes-exportateurs, dont 75 nouveaux
- ✓ 98 profils de professionnels internationaux, dont 53 nouveaux
- ✓ 30 artistes acadiens ayant exporté en 2012-2013
- ✓ 20 exportateurs ayant reçu un appui direct de la SPAAASI/CRIA
- ✓ 6 exportateurs ayant suivi des formations en exportation SPAASI
- ✓ 5 nouveaux volets: arts visuels, cinéma, danse, théâtre et littérature
- ✓ 1 kiosque promotionnel CRIA
- ✓ 1 code QR du CRIA

NOUVELLES DISCIPLINES

En octobre 2012, la SPAASI a lancé un appel d'offres à la recherche de consultants intéressés à développer les volets arts visuels, cinéma, danse, théâtre et littérature. Après l'étude des dossiers, trois consultants ont été retenus, dont Carol Doucet Communication pour les volets arts visuels, danse et cinéma, et la coordination Web des cinq volets, Philippe Beaulieu pour le volet théâtre, et Françoise Enguehard pour le volet littérature.

En tout, ce sont 75 nouveaux artistes-exportateurs acadiens qui ont été ajoutés au site, dont 24 en arts visuels, 6 en cinéma, 9 en danse, 13 en théâtre, 19 en littérature, et 4 en musique, pour un total de 108 artistes incluant les 33 artistes en musique déjà sur le site.

Chaque nouveau volet ressemble sensiblement au volet musique, incluant le profil des artistes acadiens prêts à l'exportation, un profil de l'industrie en Acadie, l'aide financière et les services professionnels disponibles, et toutes les informations pertinentes sur comment tourner à l'international et les évènements professionnels à ne pas manquer. Le lancement officiel de la version 2.0 du site a eu lieu lors de la FrancoFête en Acadie 2013 devant environ 300 personnes.

Page d'accueil du CRIA avec les nouvelles disciplines artistiques

OUTILS DE PROMOTION ET FONCTIONNALITÉS WEB

Deux importants outils marketing ont été créés pour promouvoir le CRIA et améliorer sa fonctionnalité et, par conséquent, sa fréquentation, soit **1 kiosque** avec trois grandes bannières verticales doubles incluant un code QR menant vers la page d'accueil du CRIA, ainsi que **6 000 cartes de postes d'écoute du CRIA** (1 000 carte pour un projet pilote à la foire commerciale de Pully-Lavaux, plus 5 000 cartes pour la foire de Lorient).

Cartes de postes d'écoute et clés USB du CRIA

Dans la saison 2012-2013, il y a eu 2 322 nouvelles visites de la page des postes d'écoute, dont 69% étaient originaires de la France. C'est la troisième page la plus visitée du CRIA. Le retour d'écoute sur la distribution de cartes est de : 1 732 visites de la page des postes d'écoute sur 3 500 cartes distribuées (1 000 cartes à Pully + 2 500 cartes à Lorient = 3 500 cartes de postes d'écoute), pour **un taux de pénétration du public cible de 49%** - un outil promotionnel donc extrêmement efficace.

La SPAASI a également préparé des outils visuels comme un arrière-fond pour des présentations Power Point et un logo CRIA en divers formats standard. Même le logo SPAASI a été renouvelé pour inclure à la fois l'acronyme et son nom complet. De plus, l'ancien site de la SPAASI a été remplacé par le nouveau site du CRIA.

La SPAASI s'assure continuellement d'une présence Web forte lors de ses activités de foire commerciale et de démarchage, et avec les médias. En analysant la circulation externe vers le site du CRIA (nombre de visiteurs redirigés vers le CRIA à travers des liens présents sur d'autres plateformes Web), on note le site Facebook de la SPAASI au premier rang, suivi de la SNA, du Magazine Francomag.com, et du Pavillon de l'Acadie à Lorient au 4^{ième} rang.

Kiosque du CRIA et de la SNA à Lorient

Les pages les plus visitées sont « Les artistes » au premier rang, devançant la page d'accueil, suivie de la page des postes d'écoute, de la liste des professionnels européens, et du calendrier au 5^{ième} rang (comparativement à la section des artistes, suivi du calendrier et de la liste des professionnels européens en 2011-2012).

En tout, il y a eu 4 176 internautes ayant visité le CRIA, dont **53% de nouveaux visiteurs, 52% de visiteurs internationaux** (comparativement à 30% en 2011-2012), et parmi ces derniers, 54% étaient de nouveaux visiteurs, pour un total de **7 717 visites et 20 846 pages vues** (comparativement à 4 106 pages en 2011-2012).

EFFICACITÉ DU MODÈLE DE GESTION ET D'AUTOSUFFISANCE

Vente de publicité

En janvier 2013, la SPAASI a lancé un appel d'offres ayant pour objectif la vente de publicité sur le CRIA et dont les revenus serviraient à défrayer les coûts liés à l'autosuffisance financière du site pour l'administration Web, la mise à jour quotidienne du site, le développement de nouveaux contenus et les frais de consultants. Deux soumissions ont été évaluées et c'est la firme Carol Doucet Communications qui a été retenue. La consultante a été en mesure d'obtenir des réponses favorables de la part d'une demi-douzaine de commanditaires potentiels, mais n'a pas réussi à réaliser les ventes avant le 30 juin 2012. Malgré tout, 4 publicités ont été vendues (pour un montant de 4 000$, soit 50% de l'objectif initial) et feront partie des revenus pour la prochaine saison.

Pour le moment, la SPAASI est en mesure d'assumer l'ensemble de ses dépenses reliées au CRIA avec l'aide de ses partenaires financiers provinciaux, soit les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse. En ce sens, la SPAASI réitéra un second appel d'offres en 2013-2014 afin de poursuivre cette approche, et continuera à parfaire sa stratégie de vente publicitaire et de commandites. Elle approfondira entre autres la possibilité de vendre une « franchise » du CRIA à d'autres partenaires potentiels, comme l'Association nationale de l'industrie de la musique (ANIM) ou encore le Réseau Ontarois, et continuera à solliciter la participation des deux autres provinces de l'Atlantique.

Frais de membership

Une autre source de financement auto-générée prévue pour le CRIA consistait en la mise en place d'un système de membership payant pour les artistes et les acheteurs, avec un objectif de 8 000$. Après consultation avec les deux partis, il était clair que cette proposition n'était pas favorable et causeraient même une régression possible de la vitalité du CRIA. Dans le cas des acheteurs, ceux-ci sont continuellement sollicités par des centaines, voire des milliers de fournisseurs potentiels (artistes) pour lesquels ils n'ont pas à payer pour recevoir l'information. Si un frais d'utilisation aurait été mis en place, les acheteurs n'auraient simplement plus utilisé le site. Pour ce qui est des artistes, la SPAASI est encore en processus de promouvoir le site comme outil d'exportation auprès des exportateurs. Encore une fois, si un frais d'utilisation aurait été mis en place, la majeure partie des exportateurs aurait possiblement retiré leur profil du CRIA et/ou n'aurait plus utilisé le site.

La SPAASI va donc éviter de mettre en place ce type de revenu et redirigera plutôt ses efforts vers ses autres stratégies de revenus auto-générés, comme la vente de publicité ou encore la vente de contenu à des groupes associatifs. Parmi ses partenaires gouvernementaux durables, la SPAASI compte désormais la province de la Nouvelle-Écosse avec qui elle a signé une entente de financement pluriannuelle. La gestion du CRIA fait partie de cette entente.

Boutique virtuelle

Distribution Plages demeure le partenaire officiel de la SPAASI en ce qui a trait à la vente en ligne. Malheureusement, l'entreprise n'est toujours pas en mesure de fournir les données statistiques permettant de mesurer les retombées économiques directement liées à cette collaboration. Le nombre de « référencements » du CRIA vers Distribution Plages est de 25 visites (comparativement à 70 en 2011-2012), mais il est important de noter que d'autres liens vers l'achat en ligne sont désormais disponibles sur le site, comme Bandcamp ou même le site personnel de l'artiste, et que plusieurs visiteurs écoutent les postes d'écoute du CRIA avant d'aller acheter le disque en magasin ou sur de grandes plateformes commerciales Web comme Amazon.ca, HMV ou Universe. Le nombre de référencement n'est donc pas une mesure de succès adéquate pour évaluer les ventes initiées à partir du CRIA.

La SPAASI continuera de travailler avec Distribution Plages afin de les encourager à fournir les données nécessaires, ainsi qu'avec son propre webmestre pour développer des outils de mesure permettant d'évaluer les intentions d'achat de disques des visiteurs. Même si la vente de spectacles à l'international demeure la priorité du CRIA, la vente de disques est un bon indicateur de développement de public dans les marchés visés.

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS D'EXPORTATION

Selon un sondage effectué par la SPAASI, **54%** (soit 20 exportateurs) des artistes et représentants d'artistes ayant un profil sur le CRIA (37 exportateurs, dont 4 nouveaux) ont indiqué **que le CRIA leur était « Très utile » à 23% et « Utile » à 31%** pour leur développement de carrière à l'international, pour un total de.

Par exemple, le CRIA a fourni à ses exportateurs une liste impressionnante d'acheteurs potentiels, soit le double de l'année précédente pour un total de 98 acheteurs (diffuseurs et collaborateurs). Ainsi **le répertoire des**

professionnels compte pour 30% des visites du CRIA, et arrive au quatrième rang des pages visitées, soit 2 138 fois avec 1 997 visiteurs uniques.

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 calendrier compte pour 17% des visites du CRIA**, et arrive au cinquième rang des pages visitées, soit 1 290 fois avec 934 visiteurs uniques.

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. **La section « Tourner à l'international » compte pour 17% des visites du CRIA**, et arrive au cinquième rang des pages visitées, soit 1 290 fois avec 934 visiteurs uniques.

Depuis sa création en 2011, le CRIA est devenu une source importante d'information pour les membres de l'industrie. En plus des 20 846 pages vues, 7 717 visites, 4 176 visiteurs uniques, et 53% de nouvelles visites, 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.

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

- ✓ *Maintenant avec Facebook, Twitter, notre site web et tous les outils web que nous avons accès, un diffuseur peut trouver de l'information facilement sur les groupes s'il cherche un peu. Pour moi, Le site du CRIA n'est qu'un complément à tout cet accès web et sert à rassembler les artistes prêt à tourner.*
- ✓ *Je ne sais pas. Vos "Dernières nouvelles" sur la page d'accueil de votre site ne semblent pas très récentes.*
- ✓ *Il faut faire des rappels pour les mises à jour.*
- ✓ *Le site peut être difficile à trouver sur le net*
- ✓ *être mieux informer pour mieux l'utiliser*

SUCCÈS RÉALISÉS PAR LES ARTISTES

Les artistes du CRIA travaillent de plus en plus à l'international. Cette tendance a été dénotée par plusieurs professionnels internationaux lors de la FrancoFête. On retrouve également cette observation dans les médias et les réseaux sociaux.

Parmi les **30 artistes acadiens ayant exporté en 2012-2013** (comparativement à environ une quinzaine estimée en 2011-2012), 77%, soit 23 exportateurs, sont originaires du N.-B., 10%, soit 3 exportateurs, sont originaires de l'I.-P.-É., 10%, soit 3 exportateurs, sont originaires de la N.-É., et 3%, soit 1 groupe exportateur originaire à la fois de la N.-É. et de T.-N.-L. (un artiste de chacune des deux provinces dans ce duo).

Sur les 30 artistes ayant exporté, **67%, soit 20 artistes ou groupes, ont reçu un appui direct de la SPAASI dans leurs activités d'exportation de 202-2013**, que ce soit lors de foires commerciales à l'étranger ou lors d'activités-réseautages avec les acheteurs internationaux lors de la FrancoFête.

Et sur les 9 artistes acadiens ayant reçu une formation en exportation de la SPAASI à la FrancoFête 2012, **67%, soit 6 d'entre eux, ont exporté en 2012-2013.**

La SPAASI et le CRIA sont au cœur des résultats d'exportation des artistes acadiens.

	Artistes et groupes acadiens membres du CRIA (musique seulement)	Province	Membre du CRIA depuis :	Formation en exportation SPAASI	Ayant exporté en 2012-2013	Avec le soutien SPAASI
1	Arsenault	I.-P.-É.	2013	-	Non	
2	Fayo (Mario Leblanc)	I.-P.-É.	2011	Oui	Oui	Oui
3	Rémi Arsenault	I.-P.-É.	À faire en 2014	-	Oui	
4	Ten Strings and a Goat Skin	I.-P.-É.	2013	Oui	Non	
5	Vishtèn	I.-P.-É.	2011	-	Oui	
6	Annie Blanchard	N.-B.	2011	-	Non	
7	Claude Cormier	N.-B.	2011	-	Non	
8	Daniel Léger	N.-B.	2011	Oui	Non	
9	Danny Boudreau	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
10	Dominique Dupuis	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
11	Edith Butler	N.-B.	À faire en 2014	-	Oui	
12	Georges Belliveau	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
13	Hert Leblanc	N.-B.	2011	-	Non	
14	Isabelle Roy	N.-B.	2011	-	Non	
15	Isabelle Thériault	N.-B.	2011	-	Oui	
16	Jac Gautreau	N.-B.	À faire en 2014	-	Oui	
17	John Boulay	N.-B.	2011	-	Non	
18	La Virée	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
19	Laurie Leblanc	N.-B.	2012	-	Non	
20	Les Hay Babies	N.-B.	2012	-	Oui	Oui
21	Les Hôtesses d'Hilaire	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
22	Les Païens	N.-B.	2011	-	Non	
23	Lina Boudreau	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
24	Lisa Leblanc	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
25	Louise Vautour	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
26	Marie-Jo Thériault	N.-B.	À faire en 2014	-	Oui	
27	Marie-Philippe Bergeron	N.-B.	2011	-	Non	
28	Michel Thériault	N.-B.	2011	Oui	Oui	Oui
29	Monique Poirier	N.-B.	2011	Oui	Oui	Oui
30	Nathalie Renault	N.-B.	2011	Oui	Non	
31	Pascal Lejeune	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
32	Prenez garde! (Dominique Breau)	N.-B.	2012	Oui	Oui	Oui
33	Roch Voisine	N.-B.	À faire en 2014	-	Oui	
34	Sandra LeCouteur	N.-B.	2011	Oui	Oui	Oui
35	Stephen Leblanc	N.-B.	2012	Oui	Oui	Oui
36	Suroit	N.-B.	2011	-	Oui	
37	Tradition	N.-B.	2011	-	Oui	Oui
38	Wilfred LeBouthillier	N.-B.	2011	-	Oui	
39	Colin Grant	N.-É.	2013	-	Oui	Oui
40	Grand Dérangement	N.-É.	2011	-	Non	
41	Joseph Edgar	N.-É.	2011	-	Oui	Oui
42	Lennie Gallant	N.-É.	2011	-	Oui	Oui
43	Radio Radio	N.-É.	2011	-	Oui	
44	Roland Gauvin	N.-É.	2011	-	Non	
45	Ronald Bourgeois	N.-É.	2011	-	Non	
46	Dwayne & Duane	N.-É., T.-N.-L.	2013	-	Non	
			33 = 2011 4 = 2012	**6 = exportateurs en 2012-2013**	**30 = Oui 16 = Non**	**20 = appuyés directement par la SPAASI**

ANNEXES

a) APPEL D'OFFRES pour les 5 nouveaux volets
b) CONTRAT pour les volets arts visuels, danse et cinéma, et coordination des 5 volets avec Carol Doucet Communications
c) CONTRAT pour le volet théâtre avec Philippe Beaulieu
d) CONTRAT pour le volet littérature avec Vivat Communications
e) RAPPORT d'activités de Carol Doucet et de Philippe Beaulieu
f) APPEL D'OFFRES pour la vente de publicité
g) CONTRAT avec Carol Doucet pour la vente de publicité
h) LETTRE d'entente pluriannuelle avec la N.-É.
i) CALENDRIER du CRIA pour les artistes à l'international
j) EXEMPLES d'artistes acadiens en tournée à l'international
k) SONDAGE SPAASI aux exportateurs
l) RAPPORTS statistiques du CRIA au 8 avril 2011

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 2011-2012.

Survol des résultats 2012-2013			
Indicateurs SPAASI	**Cibles**	**Résultats**	**2011-2012**
FrancoFête			
Nombre de clients acadiens qui ont participé à des activités de promotion et de sensibilisation à l'exportation (ateliers, formations, etc.)	30	**29**	-
FrancoFête et Foires commerciales			
Nombre d'artistes acadiens ayant exporté en 2012-2013	-	**46**	-
Nombre de vitrines/concerts présentés dans le cadre de rencontres pro (musique)	20	**58**	28
Nombre de vitrines/concerts résultant en une vente à l'international	11	**31, soit 53%**	-
Nombre de vitrines/concerts résultant en une vente sur de nouveaux marchés	2	**22, soit 38%**	-
Nombre de délégués internationaux	70	**98 (73 individus)**	25
Nombre de nouveaux délégués internationaux	35	**65, soit 66%**	-
Nombre de diffuseurs	50	**56, soit 57%**	-
Nombre de nouveaux diffuseurs potentiels	28	**34, soit 35%**	-
Nombre de nouveaux diffuseurs potentiels provenant de nouveaux marchés	14	**19, soit 19%**	-
Nombre d'acheteurs (diffuseurs et collaborateurs) internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement	24	**48, soit 49%**	-
Nombre de clients acadiens qui ont pris part à des évènements internationaux financés par l'APECA (réseautage, diner d'affaires, etc. avec les internationaux)	10	**200 (53 individus)**	-
Tous les volets			
Valeur des ventes rapportées pour la SPAASI 2012-2013	200 000$	**409 850**	287 700$

GLOSSAIRE

Pour fin de clarification des indicateurs, voici quelques définitions telle qu'employée 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

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

INDICATEURS de l'APECA

Voici les résultats totaux pour les indicateurs de l'APECA.

Total des résultats pour le PDE (APECA) 2012-2013			
Activité	**Cible**	**Résultat**	**Évaluation[1]**
1. Nombre de nouveaux exportateurs			
FrancoFête 2012	5	**18**	**1**
2. Nombre d'exportateurs à de nouveaux marchés			
FrancoFête 2012	5	**12**	**1**
Foire commerciale : Pully-Lavaux	1	**9**	**1**
Foire commerciale : Lorient	1	**20**	**1**
3. Nombre d'exportateurs qui ont augmenté leurs ventes à des marchés existants			
FrancoFête 2012	5	**18**	**1**
Foire commerciale : Pully-Lavaux	3	**3,6**	**2**
Foire commerciale : Lorient	3	**6,2**	**1**
4. Nombre de clients qui ont participé a des activités de promotion et de sensibilisation à l'exportation			
FrancoFête 2012	30	**29**	**2**
Foire commerciale : Pully-Lavaux	5	**51**	**1**
Foire commerciale : Lorient	5	**90**	**1**
5. Nombre de clients qui ont pris part à des évènements internationaux financés par l'APECA			
FrancoFête 2012	10	**59**	**1**
Foire commerciale : Pully-Lavaux	1	**0**	**4**
Foire commerciale : Lorient	1	**0**	**4**
Démarchages	1	**-**	**4**
6. Valeur des ventes rapportées pour la SPAASI 2012-2013			
FrancoFête 2012		**151 000$**	**-**
Foire commerciale : Pully-Lavaux		**40 000$**	**-**
Foire commerciale : Lorient		**125 000$**	**-**
Démarchages		**-**	**-**
TOTAL	200 000$	**316 000$**	**1**
7. Pour le CRIA			
a) Nombre de visiteurs internationaux au cours de l'année	250	**2 172**	**1**
b) Nombre d'exportateurs en vitrine sur le site	50	**37 en musique, 107 total**	**1**
c) Nombre d'exportateurs utilisateurs du site	25	**26 (musique)**	**2**
d) Nombre de nouveaux acheteurs inscrits	10	**53**	**1**
e) Nombre de nouveaux exportateurs inscrits	5	**4 en musique,71 autres**	**1**
f) Nombre d'acheteurs ayant acheté au moins un spectacle en utilisant le site	10	**Données non disponibles. Les acheteurs n'ont pas été consultés afin de pas trop les solliciter, puisqu'ils ont déjà rempli plusieurs autres sondages de la SPAASI.**	**4**
g) Nombre d'exportateurs ayant vendu au moins un spectacle en utilisant le site	5	**7,8 en musique**	**1**
h) Valeur des ventes rapportées	60 000$	**93 850$**	**1**
i) Nombre de partenariat durable pour la gestion du site	3	**4**	**1**
j) Valeur projetée des revenus autogéré versus le revenu total pour l'année à venir	90%	**40%**	**3**

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

INDICATEURS PAR VOLET

FrancoFête en Acadie			
Indicateurs SPAASI	**Cibles**	**Résultats**	**2011-2012**
Nombre d'exportateurs (artistes/groupes) en vitrine (musique)	10 exportateurs	29 exportateurs	28
Nombre de nouveaux exportateurs en vitrine	50% ou 5	18 ou 62%	-
Nombre de délégués internationaux	30 délégués	36	18
Nombre de nouveaux délégués internationaux	50% ou 15	22, soit 63%	5, soit 28%
Nombre d'acheteurs potentiels	80% ou 24	35, soit 97%, incluant 22 diffuseurs, soit 61%	16 diffuseurs
Nombre de nouveaux acheteurs diffuseurs potentiels	50% ou 12 sur 24	13, soit 37% sur 35	-
Nombre de nouveaux acheteurs diffuseurs potentiels provenant de nouveaux marchés	50% ou 6 sur 12	6, soit 46% sur 13	-
Nombre total d'exportateurs ayant vendu des spectacles à l'international, au cours des 6 mois suivant l'événement, et l'équivalence en nombre de spectacles et en CAN$.	5 exportateurs@ 3 spec. 15 spectacles@ 4 000$ = 60 000$	62,5% x 29 = 18 exportateurs x3 x4 000$ = 216 000$	58% x 28 = 16 x3 x4 000$ = 192 000$
Nombre d'exportateurs ayant vendu des spectacles à l'international sur de nouveaux marchés, au cours des 6 mois suivant l'événement, et l'équivalence en nombre de spectacles et en CAN$.	2 exportateurs@ 3 spec. 6 spectacles@ 4 000$ = 24 000$	66,7% x 18 = 12 exportateurs x3 x4 000$ = 144 000$	-
Nombre de nouveaux exportateurs ayant vendu des spectacles à l'international, au cours des 6 mois suivant l'événement, et l'équivalence en nombre de spectacles et en CAN$.	2 exportateurs@ 3 spec. 6 spectacles@ 4 000$ = 24 000$	62,5% x 18 = 11,25 exp. x3 x4 000$ = 135 000$	-
Nombre d'acheteurs internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 12 acheteurs	74% x 29 = 21,5 acheteurs x 4 000$ = 86 000$	70% x 18 = 13 x 4 000$ = 52 000$
Nombre de nouveaux acheteurs internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 6 acheteurs	26% X 21,5 achet. = 5,6 achet., soit 16% d'intention positive sur 35	-
Nombre d'acheteurs internationaux récurrents ayant encore acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 6 acheteurs	65% X 21,5 achet. = 13,1 achet., soit 40% d'intention positive sur 35	-
Valeur totale des exportations complétées au cours des 6 mois suivant l'événement, incluant le Prix de l'Émergence (50 000$), en CAN$	110 000$	216 000$ + 86 000$ /2 = 151 000$	192 000$ + 52 000$ /2 = 122 000$
Nombre de rencontres d'affaires	5	5	3
Nombre d'activités promotionnelles	3	7	3
Nombre de projets en cours	3	31	-
Nombre de nouveaux projets potentiels	3	5	-
Nombre d'inscriptions au CRIA, dans les 6 mois suivant l'événement	4	22	-
Indicateurs PDE (APECA)	**Cibles**	**Résultats**	**2011-2012**
Nombre de nouveaux exportateurs	5	18	-
Nombre d'exportateurs à de nouveaux marchés	2	12	-
Nombre d'exportateurs qui ont augmenté leurs ventes à des marchés existants	5	18	-
Nombre de clients acadiens qui ont participé à des activités de promotion et de sensibilisation à l'exportation (ateliers, formations, etc.)	30	9 (édition) + 11 (exportation) + 9 (gérance) = 29 acadiens	-
Nombre de clients acadiens qui ont pris part à des évènements internationaux financés par l'APECA (réseautage, diner d'affaires, etc. avec les internationaux)	10	41 (déjeuner) + 13 (projet de l'UE) + 3 (prix émergence) + 2 (RAME) = 59 acadiens	-
Valeur des ventes rapportées pour la SPAASI 2012-2013.	200 000$ (total)	151 000$	122 000$

Foires commerciales					
Indicateurs SPAASI	**Cibles (par activité)**	**Résultats Pully-Lavaux**	**Résultats Lorient**	**Total**	**2011-2012**
Nombre d'exportateurs (artistes/groupes) en vitrine	5	9	20	29	-
Nombre de délégués internationaux	20	29	33	62	7
Nombre de nouveaux délégués internationaux	50% ou 10	20, soit 69%	23, soit 70%	43, soit 69%	-
Nombre d'acheteurs potentiels	80% ou 16	28, soit 97% incluant 15 diffuseurs, soit 52%	33, soit 100% incluant 19 diffuseurs, soit 58%	61, soit 98% incluant 34 diffuseurs, soit 55%	5, soit 71%
Nombre de nouveaux acheteurs diffuseurs potentiels	50% ou 8	9, soit 32% sur 28	12, soit 36% sur 33	21, soit 34% sur 61	-
Nombre de nouveaux acheteurs diffuseurs potentiels provenant de nouveaux marchés	50% ou 4	8, soit 89% sur 9	5, soit 42% sur 12	13, soit 62% sur 21	-
Nombre total d'exportateurs ayant vendu des spectacles à l'international, au cours des 6 mois suivant l'événement, et l'équivalence en nombre de spectacles et en CAN$.	3 exp.@ 3 spect. @ 4 000$ 36 000$	60% x 9 = 5,4 exp. x3 x4 000$ = **64 800$**	39% x 20 = 7,8 exp. x3 x4 000$ = **93 600$**	13,2 exp. x3 x4 000$ = 158 400$	-
Nombre d'exportateurs ayant vendu des spectacles à l'international sur de nouveaux marchés, au cours des 6 mois suivant l'événement, et l'équivalence en nombre de spectacles et en CAN$.	1 exp.@ 3 spect. @ 4 000$ 12 000$	40% x 9 = 3,6 exp. x3 x4 000$ = 43 200$	31% x 20 = 6,2 exp. x3 x4 000$ = 74 400$	9,8 exp. x3 x4 000$ = 117 600$	-
Nombre d'acheteurs internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 12 acheteurs	13% x 29 = 3,8 achet. x 4 000$ = **15 200$**	70% x 33 = 23,1 achet. x 4 000$ = **92 400$**	26,9 achet. x 4 000$ = 107 600$	-
Nombre de nouveaux acheteurs internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 6 acheteurs	75% X 3,8 achet. = 2,9 achet., soit 10% d'intention positive sur 29	60% X 23,1 achet. = 13,9 achet., soit 42% d'intention positive sur 33	16,8 achet., soit 27% d'intention positive sur 62	-
Nombre d'acheteurs internationaux récurrents ayant encore acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	75% ou 6 acheteurs	25% X 3,8 achet. = 1 achet., soit 5% d'intention positive sur 29	40% X 23,1 achet. = 9,2 achet., soit 28% d'intention positive sur 33	10,2 achet., soit 16% d'intention positive sur 62	-
Valeur totale des exportations complétées au cours des 6 mois suivant l'événement.	36 000$	64 800$ + 15 200$ /2 = **40 000$**	93 600$ + 92 400$ /2=93 000$+32 000$ en marchandise **= 125 000$**	40 000$ + 125 000$ = 165 000$	-
Nombre de rencontres d'affaires	8	7	19	26	6
Nombre d'activités promotionnelles	2	5	8	12	-
Nombre de projets en cours	3	3	3	6	-
Nombre de nouveaux projets potentiels	3	3	5	8	5
Nombre d'inscriptions à la prochaine FrancoFête	5	7	7	14	-
Nombre d'inscriptions au CRIA, dans les 6 mois suivant l'événement	4	20	23	43	-
Indicateurs PDE (APECA)	**Cibles (par activité)**	**Résultats Pully-Lavaux**	**Résultats Lorient**	**Total**	**2011-2012**
Nombre d'exportateurs à de nouveaux marchés	1	9	20	29	-
Nombre d'exportateurs qui ont augmenté leurs ventes à des marchés existants	3	3,6	6,2	9,8	-
Nombre de clients qui ont participé à des activités de promotion et de sensibilisation à l'exportation (ateliers, formations, etc.)	5	A noter que la SPAASI n'a pas organisé d'activité de sensibilisation à l'exportation pour les artistes acadiens dans le cadre de ce volet.			-
Nombre de clients qui ont pris part à des évènements internationaux financés par l'APECA (réseautage, diner d'affaires, etc. avec les internationaux)	1	51	90	141	-
Valeur des ventes rapportées pour la SPAASI 2012-2013. Le ratio visé de performance économique dans le domaine des ventes est de 1:3 d'ici 2013.	200 000$ (total)	40 000$ (Pully seulement)	125 000$ (Lorient seulement)	165 000$	-

Démarchages					
Indicateurs SPAASI	**Cibles (par activité)**	**Résultats ECMA**	**Résultats Pays-Tiers**	**Total**	**2011-2012**
Nombre de rencontres d'affaires	15	26	(1, déjà calculé sous FFA)	27	96
Nombre de nouveaux acheteurs	80% ou 12	2	(6, déjà calculé sous FFA)	8	64
Nombre de nouveaux acheteurs diffuseurs internationaux ayant acheté au moins 1 spectacle au cours des 6 mois suivant l'événement.	25% ou 3 acheteurs	1	(3,déjà calculé sous FFA)	4	-
Nombre de nouveaux projets potentiels	3	2	14	16	18
Nombre d'inscriptions à la prochaine FrancoFête	5	2	3	5	-
Nombre d'inscriptions au CRIA, dans les 6 mois suivant l'événement	4	2	3	5	-
Indicateurs PDE (APECA)	**Cibles (par activité)**	**Résultats ECMA**	**Résultats Pays-Tiers**	**Total**	**2011-2012**
Nombre de clients qui ont pris part à des évènements internationaux financés par l'APECA (réseautage, diner d'affaires, etc. avec les internationaux)	1	Non applicable puisque cet événement est organisé par une autre structure que la SPAASI.	(13, déjà calculé sous FFA)	13	-
Valeur des ventes rapportées pour la SPAASI 2012-2013. Le ratio visé de performance économique dans le domaine des ventes est de 1 :3 d'ici 2013.	200 000$ (total)	Non applicable puisque cet événement est organisé par une autre structure que la SPAASI.		-	-

CRIA			
Indicateurs SPAASI	**Cibles**	**Résultats**	**2011-2012**
Nombre de visiteurs internationaux récurrents	50% ou 125 visiteurs	999, soit 46%	-
Nombre d'exportateurs ayant développé leurs connaissances en vue d'exporter en utilisant le site	75% ou 19 exportateurs	54%, soit 19 (musique)	-
Indicateurs PDE (APECA)	**Cibles**	**Résultats**	**2011-2012**
Nombre de visiteurs internationaux au cours de l'année	25% ou 250 visiteurs	2 172, soit 52%	614, soit 30%
Nombre d'exportateurs en vitrine sur le site	50 exportateurs	37 en musique, ou 108 avec autres disciplines	33
Nombre d'exportateurs utilisateurs du site	50% ou 25	71%, soit 26 (musique)	-
Nombre de nouveaux acheteurs inscrits	10 acheteurs	53, pour un total de 98	45
Nombre de nouveaux exportateurs inscrits	5 exportateurs	4 en musique, ou 71 autres disciplines	33
Nombre d'acheteurs ayant acheté au moins un spectacle en utilisant le site	10 acheteurs	Données non disponibles. Les acheteurs n'ont pas été consultés afin de pas trop les solliciter, puisqu'ils ont déjà rempli plusieurs autres sondages de la SPAASI.	-
Nombre d'exportateurs ayant vendu au moins un spectacle un utilisant le site, et l'équivalence en CAN$	5 exportateurs x3 spectacles x4 000$	37 profils x70% utilisateurs x30% vendeurs = 7,8 x3 spec x4 000$ = 93 600$ (musique seulement)	-
Valeur des ventes rapportées	60 000$	25 référencements /2 = 12,5 x 20$ = 250$ + 93 600$ = 93 850$	70 référencements /2 = 35 x 20$ = 700$
Nombre de partenaires durables pour la gestion du site	3 partenaires	4	-
Valeur projetée des revenus autogérés vs le revenu total, pour l'année à venir	90%	40%	-

D. BUDGET

Voici un survol des revenus et dépenses[1] par volet au 31 mars 2012[2].

REVENUS	Francofête	Foires	Démarchages	CRIA au 30 juin 2013	TOTAL	
Gouv. du Canada	**71 953 $**	**38 038 $**	**544 $**	**72 606 $**	**183 141 $**	**63%**
APECA - Commerce international	71 953 $	38 038 $	544 $		110 535 $	38%
APECA - IDE Feuille de route				72 606 $	72 606 $	25%
Gouv. Provinciaux	**18 599 $**	**18 500 $**	**0 $**	**5 151 $**	**42 250 $**	**15%**
Gouv. Nouveau-Brunswick	13 599 $	13 500 $		1 401 $	28 500 $	10%
Gouv. Nouvelle-Écosse	5 000 $	5 000 $		3 750 $	13 750 $	5%
Revenues associatif	**4 000 $**	**37 979 $**	**0 $**	**16 251 $**	**58 230 $**	**20%**
Musicaction		29 979 $			29 979 $	10%
Radarts	4 000 $				4 000 $	1%
Congrès mondial acadien 2014		8 000 $			8 000 $	3%
SNA (fonctionnement général)[3]				16 251 $	16 251 $	6%
Revenues autogérés	**905 $**	**0 $**	**0 $**	**4 000 $**	**4 905 $**	**2%**
Inscriptions	740 $				740 $	0%
Remboursement transport	165 $				165 $	0%
Vente de publicité				4 000 $	4 000 $	1%
TOTAL REVENUS	**95 456 $**	**94 517 $**	**544 $**	**98 008 $**	**288 525 $**	**100%**

DÉPENSES	Francofête	Foires	Démarchages	CRIA au 30 juin 2013	TOTAL	
Honoraires	**33 093 $**	**19 055 $**	**0 $**	**90 614 $**	**142 763 $**	**49%**
Coordination SPAASI (75$ x 665 heures)	30 093 $	3 975 $		15 255 $	49 323 $	
Coordination (local) des journées pro		15 080 $			15 080 $	
Formation marchés internationaux	3 000 $				3 000 $	
Webmestre				7 108 $	7 108 $	
Rédacteurs/gestionnaires de contenu				68 252 $	68 252 $	
Déplacement	**1 327 $**	**8 260 $**	**544 $**	**0 $**	**10 131 $**	**4%**
Transport aérien		2 951 $			2 951 $	
Transport terrestre (train ou navette)		215 $			215 $	
Taxi aéroport		65 $			65 $	
Taxi local		41 $			41 $	
Kilomètrage	200 $		208 $		408 $	
Stationnement	3 $		16 $		19 $	
Payage			4 $		4 $	
Hébergement	965 $	3 613 $	100 $		4 678 $	
Perdiem	125 $	994 $	191 $		1 310 $	
Frais de communications - wi-fi & interurbains		21 $			21 $	
Faux frais	35 $	360 $	25 $		420 $	
Réseautage	**52 278 $**	**29 745 $**	**0 $**	**0 $**	**82 023 $**	**28%**
Transport délégués	13 656 $	12 902 $			26 558 $	
Transport formateurs	4 169 $				4 169 $	
Hébergement délégués	12 270 $	8 404 $			20 674 $	
Hébergement formateurs	3 860 $				3 860 $	
Inscription	6 554 $				6 554 $	
Activité réseautage	4 137 $				4 137 $	
Autres rencontres/réunions d'affaires	2 932 $	1 278 $			4 210 $	
Repas artistes et professionnels		3 361 $			3 361 $	
Location salles & traiteur (70% du coût total)	3 500 $				3 500 $	
Navette	1 200 $				1 200 $	
Perdiem délégués		1 000 $			1 000 $	
Réception		200 $			200 $	
Déjeûner d'affaires		1 200 $			1 200 $	
Table-ronde		200 $			200 $	
Dîner d'affaires		1 200 $			1 200 $	

Promotion	**3 758 $**	**12 539 $**	**0 $**	**134 $**	**16 431 $**	**6%**
Bannière déroulante		5 056 $			5 056 $	
Carton promotionnel		286 $			286 $	
Transport		561 $		134 $	695 $	
Communications	158 $	6 637 $			6 795 $	
Cahier des délégués	1 200 $				1 200 $	
Placement publicitaire	2 400 $				2 400 $	
Autres	**0 $**	**18 500 $**	**0 $**	**0 $**	**18 500 $**	**6%**
Festival Pully-Lavaux (5 000$CND - Tentes)		2 000 $			2 000 $	
Festival Pully-Lavaux (5 000$CND -Scènes)		2 500 $			2 500 $	
Festival Pully-Lavaux (5 000$CND - Tables & Chaises)		500 $			500 $	
Festival Pully-Lavaux (5 000$CND - Artistes NS)		5 000 $			5 000 $	
Festival Pully-Lavaux (4 500$CND - Artistes NB DIM)		4 500 $			4 500 $	
Festival Pully-Lavaux (4 000$CND - Artistes Arts NB)		4 000 $			4 000 $	
Frais administratifs	**5 000 $**	**6 418 $**	**0 $**	**7 260 $**	**18 678 $**	**6%**
Musicaction		3 918 $			3 918 $	
APECA - IDE Feuille de route				7 260 $	7 260 $	
APECA - Commerce international	5 000 $	2 500 $			7 500 $	
TOTAL DÉPENSES	**95 456 $**	**94 517 $**	**544 $**	**98 008 $**	**288 525 $**	**100%**
REVENUS - DÉPENSES	**0 $**	**0 $**	**0 $**	**0 $**	**0 $**	

Notes :

1. Incluant les taxes.

2. A l'exception du volet CRIA qui a été prolongé jusqu'au 30 juin plutôt qu'au 31 mars initialement prévu, afin de compléter le travail de recherche nécessaire pour l'addition des nouvelles disciplines ainsi que pour le volet de vente publicitaire. Changement approuvé par l'APECA.

3. Inclue une contribution de 7 000$ au 31 mars 2013, un retour de 50% des taxes payées pour un montant approximatif de 4 500$, ainsi qu'une contribution de 4 750$ d'un partenaire tiers à recevoir.

ANNEXES

a) RAPPORT ANNUEL au 31 mars 2012
b) RAPPORT FINANCIER vérifié au 31 mars 2012
c) RAPPORT détaillé des produits d'exploitation du CRIA au 30 juin 2013