



# **Analyse des *lacunes dans***



du directeur, de la directrice  
d'une maison de disques



CHRC  
Conseil  
des ressources humaines  
du secteur culturel

CRHSC  
Cultural  
Human Resources  
Council

**Recommandations sur les compétences attendues du DIRECTEUR, DE LA DIRECTRICE D'UNE MAISON DE DISQUES – Analyse des lacunes © Conseil des ressources humaines du secteur culturel, Version 1.0, 2006.** Tous droits réservés.

De nombreux représentants du secteur culturel canadien ont généreusement participé à la préparation de ce **Profil de compétences**. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces informations seront utiles et faciles à consulter, mais les fournit « telles quelles » . Il n'offre aucune garantie concernant lesdites informations et ne fait aucune représentation par leur publication. Le CRHSC rejette toute responsabilité, quelle qu'elle soit, découlant de l'utilisation, ou l'impossibilité d'utiliser ces informations.

Ce projet est financé par  
le gouvernement du Canada par l'entremise du  
Programme des conseils sectoriels

The logo for the Government of Canada, featuring the word "Canada" in a serif font with a small Canadian flag icon above the letter "a".

**Conseil des ressources humaines du secteur culturel  
(CRHSC)**

**Directrices et directeurs de maisons de disques :  
Analyse des lacunes dans la formation  
Rapport final  
19 janvier 2006**

**kisquared**



226-388 donald street  
winnipeg manitoba  
canada R3B 2J4  
204.989.8002  
fax 204.989.8048  
ki2@kisquared.com  
kisquared.com

**Recommandations sur les compétences attendues du DIRECTEUR, DE LA DIRECTRICE D'UNE MAISON DE DISQUES – Analyse des lacunes © Conseil des ressources humaines du secteur culturel, Version 1.0, 2006. Tous droits réservés.**

De nombreux représentants du secteur culturel canadien ont généreusement participé à la préparation de ce **Profil de compétences**. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces informations seront utiles et faciles à consulter, mais les fournit « telles quelles » . Il n'offre aucune garantie concernant lesdites informations et ne fait aucune représentation par leur publication. Le CRHSC rejette toute responsabilité, quelle qu'elle soit, découlant de l'utilisation, ou l'impossibilité d'utiliser ces informations.

Ce projet est financé par  
le gouvernement du Canada par l'entremise du  
Programme des conseils sectoriels

**Canada**<sup>ca</sup>

kisquared



## Table des matières

INTRODUCTION .....	4
Objectifs .....	4
Méthodologie de recherche.....	4
Conception du questionnaire .....	6
SOMMAIRE .....	9
Profil des répondants .....	9
Besoins de formation .....	9
Offres de formation .....	11
Analyse des lacunes dans la formation.....	12
Validation de la charte de compétences .....	13
Recommandations .....	13
BESOINS DE FORMATION .....	15
OFFRES DE FORMATION .....	21
Formation en cours d'emploi .....	21
Autoapprentissage .....	21
Formation structurée.....	23
Autres types de formation : conférences et ateliers .....	24
VALIDATION DE LA CHARTE DE COMPÉTENCES .....	28
ACQUISITION DE COMPÉTENCES PAR LA FORMATION STRUCTURÉE .....	30
ANALYSE DES LACUNES DANS LA FORMATION .....	45
PROFIL DES RÉPONDANTS .....	67
ANNEXE A – QUESTIONNAIRES.....	74
ANNEXE B – OFFRES DE FORMATION SPÉCIFIQUES POUR LES DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES .....	85
Renseignements sur les programmes .....	85
Perfectionnement professionnel.....	89
ANNEXE C – ACQUISITION DE COMPÉTENCES PAR LA FORMATION STRUCTURÉE .....	95
ANNEXE D – MOT À MOT DES RÉPONSES.....	110

## Introduction

En septembre 2005, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) lançait une demande de propositions pour effectuer une analyse des lacunes dans la formation destinée aux directrices et directeurs de maisons de disques de l'ensemble du Canada. La firme **kisquared** a répondu à cette demande et a été choisie par le comité de direction du CRHSC sur la musique pour entreprendre cette analyse.

L'analyse des lacunes dans la formation est basée sur des travaux précédents du groupe d'experts en direction de maisons de disques qui a compilé une charte des compétences de base qui décrivent l'ensemble des compétences des directrices et directeurs de maisons de disques.

Le principal instrument de collecte de données de cette étude est une enquête auprès des employés et des employeurs basée en grande partie sur la charte de compétences des directrices et directeurs de maisons de disques. Les entrevues ont été effectuées en français et en anglais à partir des bureaux de **kisquared** à Winnipeg au Manitoba.

Tout au long du processus de recherche, **kisquared** a travaillé avec le comité de direction et le groupe d'experts et a bénéficié d'une aide précieuse de la part des deux groupes.

## Objectifs

L'analyse des lacunes dans la formation avait pour objectifs :

- de mesurer les besoins de formation des directrices et directeurs de maisons de disques,
- d'étudier les offres de formation,
- de déterminer quelles étaient les lacunes dans la formation,
- de faire des recommandations.

## Méthodologie de recherche

Les méthodes de recherche utilisées dans le présent projet sont discutées plus bas. On y retrouve :

- la recherche secondaire,
- des consultations avec des intervenantes et intervenants,
- une enquête auprès des employeurs et des employés,
- des entrevues auprès des collègues et des établissements de formation.

**kisquared**



## Consultations auprès des intervenantes et intervenants

Les gestionnaires de projet de **kisquared** ont consulté les membres du comité de direction et du groupe d'experts sur les grands enjeux du projet afin de mieux connaître le monde des maisons de disques. **kisquared** a également travaillé avec les membres du comité de direction pour établir un échantillon de base d'éventuels répondants.

## Recherche secondaire

L'analyse des lacunes dans la formation a débuté par une recherche secondaire sur la formation structurée offerte aux directrices et directeurs de maisons de disques.

Cette étape de recherche consistait à analyser la structure et le contenu des programmes techniques offerts par les collèges et les cégeps de l'ensemble du Canada. En général, les programmes de musique des universités n'ont pas été analysés parce que la présente étude vise principalement les compétences techniques dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques et que les programmes universitaires de musique portent surtout sur l'art de l'interprétation de la musique et sur l'enseignement de la musique.

## Enquête auprès des employeurs et des employés

L'enquête auprès des employeurs et des employés a permis de recueillir des données sur les besoins de formation des directrices et directeurs de maisons de disques et sur les offres de formation. Le questionnaire a été soumis au comité de direction du CRHSC qui l'a approuvé avant que les entrevues ne commencent.

Nous avons effectué un total de 211 entrevues :

- 153 entrevues avec des **employés**
- 58 entrevues avec des **employeurs**

Pour constituer un échantillon de directrices et directeurs de maisons de disques, **kisquared** a obtenu la permission de se servir du répertoire de Music Industry Network Canada (MINC) à partir du site *Web All New Releases Lounge* (<http://www.anrlounge.com>). Ce site comprend la liste des principales maisons de disques (comme Sony ou Universal) et des étiquettes indépendantes. **kisquared** a également obtenu une liste de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) qui lui a permis d'entrer en communication avec les maisons de disques du Québec. De plus, l'ADISQ a même fait parvenir un avis à ses membres pour les aviser de notre enquête auprès des directrices et directeurs de maisons de disques dans le but d'accroître le taux de réponse. En plus de l'échantillon généré à partir de la base de données de l'industrie, nous avons utilisé la technique de la « boule de neige » en demandant à chacune des personnes interviewées de nous suggérer d'autres personnes qui pourraient se qualifier (directrices et directeurs de maisons de disques) – les suggestions étaient comparées à l'échantillon existant et on y ajoutait les noms qui ne s'y trouvaient pas déjà.

La marge d'erreur de l'enquête est de  $\pm 2,55$  p. 100 (un niveau de fiabilité de 95 p. 100).

**kisquared**



## Entrevues auprès des collègues et des établissements de formation

Une fois complétée l'enquête auprès des employeurs et des employés, nous avons fait une série de 14 entrevues avec les directrices ou directeurs de programmes des collèges qui offrent une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques. Ces entrevues visaient à confirmer les résultats de la recherche secondaire sur la formation disponible et de déterminer quelles étaient les lacunes dans la formation.

## Conception du questionnaire

### Définition d'une directrice ou d'un directeur de maison de disques

Définir ce qu'est une directrice ou un directeur de maison de disques est une tâche ardue. Au sein d'une maison de disques, plusieurs fonctions sont nécessaires pour fonctionner efficacement. Ces fonctions incluent, mais ne se limitent pas à : établir des objectifs et des stratégies pour les atteindre, élaborer un plan d'affaires, gérer les ressources financières (garantir les prêts et les investissements), gérer les affaires légales (paiement des redevances, ententes avec les artistes, droits d'auteur et droits de publication), créer un produit – fabrication, commercialisation – (y compris les nouveaux médias), distribuer et gérer les médias et la publicité.

La définition de ce qu'est une directrice ou un directeur de maison de disques dépend de la taille de l'entreprise. L'industrie canadienne de la musique comprend des « étiquettes indépendantes » de diverses tailles et les quatre grandes maisons de disques (les *majors* – Sony BMG, EMI, Universal et Warner). Les grandes maisons de disques ont généralement plus de personnel et de ressources pour établir des départements spécialisés qui effectuent les fonctions essentielles, une personne pouvant être affectée à la commercialisation, l'autre aux tâches liées aux artistes et aux répertoires, une autre aux nouveaux médias, une autre à la publicité et aux relations avec les médias et ainsi de suite. Ces tâches sont toutes des fonctions que pourrait remplir une directrice ou un directeur de maison de disques. Dans les entreprises plus petites où il y a moins de personnel pour effectuer les tâches essentielles et moins de spécialisation, la polyvalence est de mise et chaque personne effectue les tâches de directrice ou de directeur de maison de disques.

Bien que nous utilisions le terme « directrice ou directeur de maison de disques » aux fins de la présente étude, au sein de l'industrie plusieurs autres titres sont également utilisés pour désigner les personnes qui assument les différents aspects du rôle d'une directrice ou d'un directeur de maison de disques : exploitant d'une maison de disques, gestionnaire, dirigeant d'une maison de disques, haute direction, directeur, représentant d'une étiquette, propriétaire, directeur d'une étiquette ou directeur général. La présente étude utilise la définition plus large de « directrice ou directeur d'une maison de disques » de façon à n'exclure aucune des personnes qui gèrent certaines fonctions d'une maison de disques ou l'ensemble de ces fonctions. Aux fins de l'enquête, nous posons aux répondants les questions suivantes pour déterminer s'ils entraient bien dans la catégorie de directrices et directeurs de maisons de disques :

## **Employé**

- Are you someone who performs the operational and managerial tasks at a record label?
- Êtes-vous une personne qui assume les fonctions de direction et d'opération d'une maison de disques ?

## **Employeur**

- Do you employ people who perform the operational and managerial tasks at a record label?
- Avez-vous des employés qui effectuent les fonctions de direction et d'opération d'une maison de disques ?

## **Charte de compétences convertie en compétences mesurables**

Pour concevoir le questionnaire, nous avons converti les compétences définies dans la charte en langage mesurable.

L'enquête mesure les 27 compétences spécifiques suivantes liées à la direction d'une maison de disques :

- Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette
- Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs
- Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations
- Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent
- Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement
- Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production
- Garantir les ententes contractuelles
- Réserver et garantir les installations de production
- Réunir une équipe de production et fournir le produit final
- Négocier avec les fournisseurs et les fabricants
- Élaborer une stratégie de distribution numérique
- Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique
- Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion

kisquared



- Garantir la distribution numérique et physique du produit
- Garantir les ententes de production sous licence
- Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges
- Exploiter les nouvelles technologies
- Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gérer des demandes de subvention
- Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire
- Gérer les technologies de l'information
- Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés
- Trouver et gérer les possibilités de mise en marché
- Trouver et gérer les possibilités de publication
- Trouver et gérer les possibilités de spectacle pour les artistes
- Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel
- Trouver et gérer les possibilités de contrats d'achat de services
- Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette

## Le rapport

Le rapport est organisé en fonction des rubriques suivantes : *Introduction, Sommaire, Besoins de formation, Offres de formation, Validation de la charte de compétences, Acquisition de compétences par la formation structurée, Lacunes dans la formation et Profil des répondants*. L'annexe A comporte les données marginales (les pourcentages de réponses à chacune des questions). L'annexe B décrit les programmes de formation structurée spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques. L'annexe C donne la liste des réponses aux questions portant sur les compétences acquises ou attendues par la formation structurée. L'annexe D présente le mot à mot des réponses aux questions suivantes qui ont été posées dans le cadre de l'enquête auprès des employeurs et des employés :

- D'après vous, y a-t-il des compétences que nous aurions oubliées ou des domaines d'acquisition de compétences que nous avons omis ou qui pourraient être nécessaires dans l'avenir ?
- Existe-t-il d'autres façons par lesquelles les directrices et directeurs de maisons de disques pourraient acquérir les compétences dont ils ont besoin pour faire leur travail ?

## Sommaire

L'analyse des lacunes dans la formation destinée aux directrices et directeurs de maisons de disques visait à mesurer les besoins de formation, à étudier les offres de formation, à déterminer les lacunes dans la formation ainsi qu'à faire des recommandations.

### Profil des répondants

- Nous avons interviewé des directrices et directeurs de maisons de disques des dix provinces, du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Un quart des répondants provenaient de l'Ontario, un cinquième de la Colombie-Britannique (21 p. 100) et 18 p. 100 du Québec.
- Environ les trois quarts (73 p. 100) des répondants étaient des employés et les autres (27 p. 100) des employeurs.
- La plupart des répondants (96 p. 100) travaillaient dans des maisons de disques indépendantes et seulement 2 p. 100 pour de grandes compagnies de disques.
- Environ sept répondants sur dix se définissent comme propriétaire, copropriétaire, président, chef de la direction ou partenaire et environ deux répondants sur dix comme vice-président, directeur général ou directeur des opérations. L'autre catégorie d'emploi (12 p. 100) est constituée principalement de directeurs d'étiquette, de directeurs de production et de directeurs du positionnement pour la commercialisation.
- Les maisons de disques des répondants se retrouvent dans trois grandes catégories de genres musicaux : la musique populaire, 70 p. 100; la musique classique et le jazz, 8 p. 100; et d'autres genres musicaux, 22 p. 100.
- Environ un tiers des répondants ont indiqué que leur entreprise ne fonctionnait qu'avec une seule personne et un cinquième qu'il y avait deux employés. La plupart des répondants (75 p. 100) ont indiqué que dans leur firme, une seule personne occupait le poste de directrice ou directeur de maison de disques. Parmi les autres répondants, 15 p. 100 ont dit que leur entreprise employait deux directrices ou directeurs et 6 p. 100 en employaient trois. Seulement 4 p. 100 de l'ensemble des répondants travaillaient dans des entreprises où il y avait quatre directrices ou directeurs ou davantage.
- Près des deux tiers des répondants ont indiqué qu'ils étaient actifs dans l'industrie de l'enregistrement sonore depuis plus de dix ans et environ un cinquième depuis cinq ans ou moins.

### Besoins de formation

- La très grande majorité des directrices et directeurs de maisons de disques possèdent les compétences suivantes :
  - Élaborer une stratégie pour un projet d'enregistrement (92 p. 100)
  - Réserver et garantir les installations de production (91 p. 100)

- Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention (90 p. 100)
- Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production (89 p. 100).
- Les directrices et directeurs de maisons de disques ont moins tendance à posséder les compétences suivantes :
  - Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (49 p. 100)
  - Élaborer une stratégie de distribution numérique (57 p. 100)
- Il n'est pas étonnant que les compétences que les directrices et directeurs de maisons de disques trouvent inutiles soient celles qu'ils possèdent le moins. Un tiers à un cinquième des répondants considéraient que les directrices et directeurs de maisons de disques n'ont pas besoin des compétences suivantes :
  - Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges
  - Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés
  - Exploiter les revenus liés à l'audiovisuel
  - Élaborer une stratégie de distribution numérique
  - Exploiter les possibilités de spectacle
  - Garantir les installations de production
- Bien que le pourcentage de ceux qui ont déjà « acquis » une compétence donnée soit toujours plus élevé que le pourcentage de ceux qui ont « besoin » de l'acquérir, il existe des écarts importants entre les compétences exigées et les compétences disponibles. Les écarts les plus importants sont liés aux compétences suivantes :
  - Élaborer une stratégie de distribution numérique (23 p. 100)
  - Élaborer une stratégie de commercialisation (17 p. 100)
  - Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (17 p. 100)
  - Exploiter les nouvelles technologies (14 p. 100)
  - Garantir la distribution du produit (14 p. 100)
  - Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs (13 p. 100)
  - Établir une vision (11 p. 100)
  - Exploiter les possibilités de publication (10 p. 100)
  - Gérer les technologies de l'information (10 p. 100)
  - Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion (10 p. 100)

## Offres de formation

- Il est important de souligner que pour les 27 compétences mesurées, nous avons pu vérifier la même constante. Les directrices et directeurs de maisons de disques acquièrent les compétences dont ils ont besoin principalement en cours d'emploi. L'autoapprentissage est la deuxième source de formation pour acquérir les compétences nécessaires pour diriger une maison de disques.
- La formation structurée ne semble pas être une méthode populaire pour acquérir des compétences dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques par rapport à d'autres sources d'acquisition de compétences. Parmi les compétences les plus en demande dans la formation structurée (de 15 à 11 p. 100), on retrouve :
  - Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette;
  - Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention;
  - Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés;
  - Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs;
  - Garantir les ententes contractuelles;
  - Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire.
- Les programmes des établissements spécialisés dans la formation des directrices et directeurs de maisons de disques durent un an en moyenne. Dans les collèges et les universités, la durée des programmes est de deux à quatre ans.
- Pour plusieurs, la formation moins structurée, comme les conférences et les ateliers est également une méthode populaire d'acquisition de compétences et de perfectionnement professionnel. Un tiers des répondants (34 p. 100) ont indiqué qu'ils avaient participé à des conférences ou des ateliers au cours de la dernière année.
- Les établissements offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques sont :
  - Capilano College (Colombie-Britannique)
  - Vancouver Film School (Colombie-Britannique)
  - Stylus Music School (Colombie-Britannique)
  - Fanshawe College (Ontario)
  - Harris Institute (Ontario)
  - Institut d'enregistrement du Canada (Ontario)
  - Ontario Institute for Audio Recording Technology (OIART) (Ontario)
  - Durham College (Ontario)
  - International Academy of Design and Technology (IADT) (Ontario)
  - Institut Trebas (Ontario)

- Metalworks Institute (Ontario)
  - Université McGill (Québec)
  - École du Show-Business (Québec)
  - Cégep de Drummondville (Québec)
- Il est important de signaler qu'aucun établissement n'offre de formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques dans les Prairies, les Maritimes et le Nord. Les possibilités de formation structurée pour les directrices et directeurs de maisons de disques se limitent à la Colombie-Britannique et au Canada central (Ontario et Québec).

## Analyse des lacunes dans la formation

- C'est dans les domaines des nouvelles technologies, de la distribution numérique et des droits d'auteurs que l'on retrouve les lacunes les plus importantes.
- La formation en cours d'emploi est importante pour l'acquisition de toutes les compétences spécifiques aux directrices et directeurs de maisons de disques. Pour chacune des compétences évaluées, au moins 50 p. 100 des répondants ont indiqué que la formation en cours d'emploi leur avait permis d'acquérir cette compétence ou que c'était de cette façon qu'ils comptaient l'acquérir.
- L'autoapprentissage a également été cité comme moyen d'acquérir les compétences, mais moins fréquemment que la formation en cours d'emploi. L'autoapprentissage est mentionné le plus souvent en rapport avec les quatre compétences suivantes :
  - établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette;
  - trouver et gérer les possibilités de mise en marché;
  - réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production;
  - réunir une équipe de production et fournir le produit final.
- L'autoapprentissage est moins considéré dans l'acquisition des deux compétences suivantes :
  - rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations;
  - incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette.
- Il existe une constante dans les résultats. Plus l'écart calculé est grand, plus le pourcentage de celles et ceux qui s'attendent à le combler par la formation en cours d'emploi est petit et *vice-versa*.
- Il existe également une faible corrélation négative entre la proportion de répondants qui s'attendent à combler la lacune par l'autoapprentissage et ceux qui pensent le faire par la formation structurée. Bien que les répondants pouvaient choisir les deux réponses, la corrélation négative suggère que la formation structurée et l'autoapprentissage sont perçus comme des modes d'apprentissage concurrentiels plutôt que complémentaires.
- Le rôle de la formation structurée par rapport à l'acquisition de compétences varie considérablement. C'est la formation structurée qui est citée le plus souvent dans les lacunes liées aux compétences suivantes :

kisquared



- réserver et garantir les installations de production;
  - trouver et gérer les possibilités d'achat de services;
  - incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette;
  - garantir les ententes contractuelles;
  - posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire;
  - trouver et gérer les possibilités de publication;
  - rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations.
- Par contre, presque personne ne considère que la formation structurée est utile dans l'acquisition des compétences suivantes :
    - garantir les ententes de production sous licence;
    - gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention;
    - garantir la distribution numérique et physique du produit.
  - Chacune des 27 compétences spécifiques aux directrices et directeurs de maisons de disques est enseignée dans la majorité des 14 établissements recensés. Toutefois, seulement trois compétences sont enseignées dans l'ensemble des établissements :
    - exploiter les nouvelles technologies;
    - faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion;
    - garantir les ententes de production sous licence.

## Validation de la charte de compétences

- La charte de compétences du CRHSC décrit efficacement l'ensemble des compétences nécessaires pour les directrices et directeurs de maisons de disques. Une fois que les répondants avaient étudié la liste des compétences, on leur demandait si, d'après eux, d'autres compétences étaient nécessaires pour permettre aux directrices et directeurs de maisons de disques de faire leur travail. Presque tous les répondants (96 p. 100) ont indiqué que la liste des compétences était complète et qu'ils n'en voyaient pas d'autres.

## Recommandations

Les lacunes dans la formation liée aux nouvelles technologies, à la distribution numérique et aux droits d'auteur devraient être une priorité. Toutefois, les mesures entreprises pour combler les lacunes devraient tenir compte de la rapidité des changements dans les technologies ainsi que dans les cadres légaux et réglementaires. Les programmes d'études doivent donc être flexibles pour suivre la cadence.

- Le perfectionnement professionnel, sous la forme d'ateliers, de séminaires et de cours spécifiques semble une bonne façon de combler les lacunes dans la formation, mais les offres de formation devraient être plus formelles et normalisées pour combler les écarts entre les possibilités de formation occasionnelles et les programmes de formation structurée postsecondaire.
  - Ce format serait préférable à un programme universitaire et collégial structuré pour s'adapter aux changements constants dans ce domaine et pourrait être offert par des spécialistes et des professionnels du milieu.
  - Afin de rendre ce modèle de formation formel accessible et légitime, la formation doit être disponible dans toutes les régions du Canada. Elle doit aussi se faire en collaboration avec les employeurs et être gérée par des organismes crédibles.
  - Afin d'assurer la cohérence et la régularité des offres de formation, il faut accroître la communication et la coordination entre les associations provinciales de musique et les autres intervenants du milieu.
  - Plusieurs maisons de disques indépendantes sont dirigées par une seule personne qui ne peut pas s'engager à suivre une formation structurée dans un collège ou une université tout en continuant à gérer l'entreprise. La formation doit donc être offerte en différents formats comme la formation en ligne, par exemple qui, tout en étant flexible, permettrait de combler les lacunes dans la formation.

Cette recommandation sur le perfectionnement professionnel plus formel vise trois compétences spécifiques dans les domaines des nouvelles technologies, de la distribution numérique et des droits d'auteur. Les résultats de la présente étude montrent toutefois que les directrices et directeurs de maisons de disques acquièrent la plupart de leurs compétences en cours d'emploi ou par autoapprentissage.

- Pour aider les nouveaux venus au sein de la profession, nous recommandons d'accroître les possibilités de mentorat et de partenariat.
  - Le mentorat offrirait des possibilités d'échange de savoir entre les praticiens de l'industrie. La présente étude a permis de constater que 65 p. 100 des répondants travaillent au sein de l'industrie depuis plus de dix ans. Cela signifie qu'il existe un bassin de connaissances et d'expérience qu'il serait possible de partager.
  - Lorsqu'on leur a demandé de proposer d'autres façons d'acquérir des compétences, 27 p. 100 des répondants ont suggéré le mentorat, les stages ou le réseautage, ce qui laisse supposer qu'ils appuient de tels modes de formation ou qu'ils s'y intéressent.
  - Le programme Diapason que l'on retrouve au Québec pourrait être un bon modèle. Il propose le partage des connaissances et le perfectionnement professionnel à l'interne pour les professionnels de l'industrie de la musique (voir l'annexe B pour les détails de ce programme).
- Bien que la formation structurée ne soit pas le premier choix des directrices et directeurs de maisons de disques pour acquérir des compétences, il existe quand même des lacunes dans les offres de formation structurée dans les Prairies, les Maritimes et le Nord et il faudrait s'en occuper.

## Besoins de formation

On lisait la liste des 27 compétences à tous les répondants et, pour chacune, on demandait aux employeurs d'indiquer si les directrices et directeurs de maisons de disques possédaient cette compétence, s'ils avaient besoin de l'acquérir ou n'en avaient pas besoin. On demandait également aux employés de se situer par rapport à chacune des compétences. Les tableaux 1, 2 et 3 illustrent les résultats qui sont analysés plus bas.

### Compétences acquises

Le tableau 1 ci-dessous, montre les différentes compétences déjà présentes dans l'industrie.

- Presque la totalité des directrices et directeurs de maisons de disques ont indiqué qu'ils possédaient les compétences suivantes : élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement (92 p. 100), réserver et garantir les installations de production (91 p. 100), gérer les ressources financières (90 p. 100) et réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production (89 p. 100).
- Les directrices et directeurs de maisons de disques ont dit qu'ils possédaient moins les compétences suivantes : profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (49 p. 100) et élaborer une stratégie de distribution numérique (57 p. 100).

**TABLEAU 1 COMPÉTENCES ACQUISES**

Compétence	% de l'ensemble des répondants
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	92 %
Réserver et garantir les installations de production	91 %
Gérer les ressources financières	90 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	89 %
Réunir l'équipe et évaluer la production	87 %
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	86 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste	85 %
Posséder des habiletés en administration	82 %
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	81 %
Rechercher de nouveaux talents	81 %
Établir une vision et une stratégie de positionnement	79 %
Garantir les ententes contractuelles	79 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	77 %
Garantir les ententes de production sous licence	77 %
Gérer les technologies de l'information	76 %
Faire la promotion des artistes	76 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	75 %
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	75 %
Élaborer une stratégie de financement	74 %
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette	73 %
Exploiter les nouvelles technologies	73 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	73 %
Gérer les ressources humaines	68 %
Garantir la distribution numérique et physique du produit	67 %
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	64 %
Élaborer une stratégie de distribution numérique	57 %
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	49 %

## Compétences inutiles

Le fait de mesurer les compétences acquises, tel que discuté plus haut, nous a mené à demander aux employeurs et aux employés quelles étaient, d'après eux, les compétences dont les directrices et directeurs de maisons de disques n'avaient pas besoin. Le tableau 2 ci-dessous montre les résultats.

- Il existe une tendance claire (et pas surprenante) voulant que les compétences que les directrices et directeurs de maisons de disques considèrent comme inutiles soient celles qu'ils ont dit ne pas posséder. Cela est particulièrement vrai pour : profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (considérée comme inutile par 36 p. 100 des répondants), gérer les ressources humaines (29 p. 100), trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel (28 p. 100), élaborer une stratégie de distribution numérique (23 p. 100), trouver et gérer les possibilités de spectacle et garantir la distribution du produit (21 p. 100 chacune).

**TABLEAU 2 COMPÉTENCES INUTILES**

 Compétence inutile
  Compétence acquise

Compétence	Compétence inutile	Compétence acquise
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes	36%	49%
Gérer les ressources humaines	29%	68%
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	28%	64%
Élaborer une stratégie de distribution numérique	23%	57%
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	21%	75%
Garantir la distribution numérique et physique du produit	21%	67%
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	19%	75%
Garantir les ententes contractuelles	19%	79%
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	18%	77%
Trouver et gérer les possibilités de publication	18%	73%
Gérer les technologies de l'information	17%	76%
Faire la promotion des artistes	17%	76%
Garantir les ententes de production sous licence	17%	77%
Rechercher de nouveaux talents	16%	81%
Exploiter les nouvelles technologies	15%	73%
Élaborer des stratégies de financement	14%	74%
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette	13%	73%
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	13%	81%
Posséder des habiletés en administration	12%	82%
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	12%	87%
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	12%	86%
Établir une vision et une stratégie de positionnement	11%	79%
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste	11%	85%
Réunir une équipe et évaluer la production	10%	89%
Gérer les ressources financières	8%	90%
Réserver et garantir les installations de production	8%	91%
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	5%	92%

## Lacunes dans les compétences

Comme nous l'avons souligné plus haut, pour chacune des compétences, on demandait aux employeurs et aux employés d'indiquer s'il s'agissait d'une compétence dont les directrices et directeurs de maisons de disques avaient besoin, mais qu'ils ne possédaient pas encore. Le tableau 3 ci-dessous montre les résultats.

- Bien que le pourcentage de directrices et directeurs de maisons de disques qui possèdent déjà une compétence donnée soit toujours beaucoup plus élevé que celui de ceux qui en ont besoin, il existe des écarts notoires entre les compétences désirées et la formation disponible. Les lacunes les plus importantes touchent les compétences suivantes : élaborer une stratégie de distribution numérique (23 p. 100), élaborer une stratégie de commercialisation (17 p. 100) et profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (17 p. 100).
- Un autre 10 à 15 p. 100 des répondants ont dit manquer de compétences dans les domaines suivants : exploiter les nouvelles technologies (14 p. 100), garantir la distribution du produit (14 p. 100), élaborer des stratégies de financement (13 p. 100), établir une vision (11 p. 100), trouver et gérer les possibilités de publication (10 p. 100), gérer les technologies de l'information (10 p. 100) et faire la promotion des artistes (10 p. 100).
- Le tableau 3 ci-dessous illustre les lacunes actuelles dans les compétences.

**TABLEAU 3 LACUNES DANS LES COMPÉTENCES**

Compétence	% de l'ensemble des répondants	
Élaborer une stratégie de distribution numérique	23 %	
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette	17 %	
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	17 %	
Exploiter les nouvelles technologies	14 %	
Garantir la distribution numérique et physique du produit	14 %	
Élaborer des stratégies de financement	13 %	
Établir une vision et une stratégie de positionnement	11 %	
Trouver et gérer des possibilités de publication	10 %	
Gérer les technologies de l'information	10 %	
Faire la promotion des artistes	10 %	
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	9 %	
Garantir les ententes de production sous licence	9 %	
Posséder des habiletés en administration	8 %	
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	8 %	
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	7 %	
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste	6 %	
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	5 %	
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	5 %	
Gérer les ressources financières	5 %	
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	5 %	
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	4 %	
Réunir une équipe et évaluer la production	4 %	
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	4 %	
Gérer les ressources humaines	4 %	
Rechercher de nouveaux talents	4 %	
Garantir les ententes contractuelles	4 %	
Réserver et garantir les installations de production	2 %	

## Offres de formation

On demandait aux répondants qui avaient dit que les directrices et directeurs de maisons de disques avaient déjà acquis une compétence donnée ou en avaient besoin, où ils avaient acquis la compétence ou où ils avaient l'intention de l'acquérir. Aux employeurs, on posait la question suivante : « Où ont-ils acquis cette compétence et où s'attendent-ils à l'acquérir ? » et aux employés : « Où avez-vous acquis cette compétence et où pensez-vous l'acquérir ? ». Le mot à mot des réponses a ensuite été codé et regroupé dans les catégories suivantes : formation en cours d'emploi, autoapprentissage et formation structurée.

### Formation en cours d'emploi

Plusieurs répondants ont dit que les compétences dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques s'acquièrent ou devraient être acquises en cours d'emploi comme le montre le tableau 4 ci-dessous. Même dans le cas de la compétence la moins susceptible d'être acquise en cours d'emploi (établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette) 59 p. 100 des répondants croyaient que c'était le meilleur moyen de l'acquérir. Au sein de l'industrie, on s'attend à ce que les directrices et directeurs de maisons de disques acquièrent la grande majorité des compétences dont ils ont besoin en cours d'emploi.

**TABEAU 4 COMPÉTENCES ACQUISES EN COURS D'EMPLOI**

Compétence	En cours d'emploi
Garantir les ententes de production sous licence	77 %
Garantir la distribution numérique et physique du produit	73 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	70 %
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	70 %
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	70 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	70 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	70 %
Réserver et garantir les installations de production	69 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	69 %
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	68 %
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	68 %
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	67 %
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	67 %
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	67 %
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	66 %
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	66 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	66 %

kisquared



Tableau 4 (suite)

Garantir les ententes contractuelles	66 %
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	66 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	65 %
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	65 %
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	65 %
Élaborer une stratégie de distribution numérique	63 %
Exploiter les nouvelles technologies	62 %
Gérer les technologies de l'information	61 %
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	60 %
Établir une vision et une stratégie de positionnement	59 %

## Autoapprentissage

L'autoapprentissage est l'autre méthode la plus fréquemment citée pour acquérir les compétences dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques comme le montre le tableau 5 ci-dessous. Même dans le cas des compétences les moins susceptibles d'être acquises par autoapprentissage (garantir la distribution du produit et profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges) 49 p. 100 des répondants croyaient que c'était le meilleur moyen de les acquérir. L'autoapprentissage a été cité par la moitié à un tiers des répondants comme méthode d'acquisition de compétences.

**TABLEAU 5 COMPÉTENCES ACQUISES PAR AUTOAPPRENTISSAGE**

Compétence	Auto-apprentissage
Établir une vision et une stratégie de positionnement	67 %
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	60 %
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	60 %
Garantir les ententes de production sous licence	58 %
Gérer les technologies de l'information	58 %
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	58 %
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	57 %
Réunir une équipe et évaluer la production	57 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	57 %
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	57 %
Exploiter les nouvelles technologies	57 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	57 %

Tableau 5 (suite)

Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	57 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	56 %
Réserver et garantir les installations de production	56 %
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	55 %
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	55 %
Garantir les ententes contractuelles	54 %
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	54 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	53 %
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	52 %
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	52 %
Élaborer une stratégie de distribution numérique	51 %
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	51 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	50 %
Garantir la distribution numérique et physique du produit	49 %
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	49%

## Formation structurée

La formation structurée ne semble pas être très populaire auprès des directrices et directeurs de maisons de disques si on la compare à d'autres méthodes d'acquisition de compétences (voir le tableau 6 ci-dessous). Même pour la compétence la plus susceptible d'être acquise par la formation structurée (établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette), les répondants ne l'ont choisie que dans 15 p. 100 des cas.

**TABLEAU 6    COMPÉTENCES ACQUISES PAR LA FORMATION STRUCTURÉE**

Compétence	Formation structurée
Établir une vision et une stratégie de positionnement	15 %
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	14 %
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	13 %
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	11 %
Garantir les ententes contractuelles	11 %
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	11 %
Élaborer une stratégie de distribution numérique	10 %

kisquared



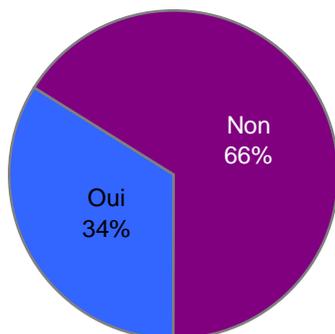
Tableau 6 (suite)

Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	10 %
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	9 %
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	9 %
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	9 %
Exploiter les nouvelles technologies	8 %
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	7 %
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	7 %
Réunir une équipe et évaluer la production	7 %
Gérer les technologies de l'information	7 %
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	7 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	7 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	6 %
Réserver et garantir les installations de production	6 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	6 %
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	5 %
Garantir la distribution numérique et physique du produit	5 %
Garantir les ententes de production sous licence	5 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	5 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	4 %
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	4 %

## Autres types de formation : conférences et ateliers

Pour mieux connaître les autres possibilités de formation auxquelles ont accès les directrices et directeurs de maisons de disques, **kisquared** a demandé aux répondants s'ils avaient participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année. Le tableau 7 ci-dessous montre qu'un tiers des répondants ont participé à des conférences ou à des ateliers au cours de la dernière année.

**TABEAU 7 PARTICIPATION À DES CONFÉRENCES ET ATELIERS DE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL**



Note : Données provenant de la question 12.

On demandait aux répondants qui avaient indiqué avoir participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel de préciser sur quelle compétence ou ensemble de compétences cela portait. Le tableau 8 ci-dessous montre leurs réponses, codées de façon à correspondre à la liste des compétences spécifiques et générales de la présente étude pour faciliter la comparaison. Près d'un quart des répondants ont indiqué qu'ils avaient participé à des conférences ou à des ateliers liés à l'élaboration d'une stratégie de commercialisation et un cinquième des répondants que la conférence ou l'atelier portait sur le droit d'auteur comme stratégie d'affaires. Une plus faible proportion de répondants se sont intéressés à la distribution numérique et aux stratégies de financement.

**TABEAU 8 PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL – COMPÉTENCES DÉSIRÉES**

Compétence	%
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	23 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	19 %
Élaborer une stratégie de distribution numérique	15 %
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	11 %
Garantir les ententes contractuelles	11 %
Exploiter les nouvelles technologies	11 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	8 %
Établir une vision et une stratégie de positionnement	4 %
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	4 %
Profiter des droits voisins et cotisations sur les cassettes vierges	4 %
Réunir une équipe et évaluer la production	2 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	2 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	2 %

Note : Le pourcentage total peut dépasser 100 p. 100 parce qu'il était possible de répondre à plus d'une question. Données provenant de la question 12.

On demandait également aux répondants qui offrait la conférence ou l'atelier de perfectionnement professionnel auquel ils avaient participé. Le tableau 9 ci-dessous, donne la répartition de leurs réponses.

**TABLEAU 9 PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL – QUI A OFFERT LA FORMATION ?**

<b>Conférences structurées</b>	<b>51 %</b>
Western Canada Music Awards	16 %
Canadian Country Music Awards	10 %
MIDEM	6 %
Canadian Music Week	6 %
North By Northeast	3 %
Toronto Music Expo	3 %
South By Southwest	3 %
Book Expo Canada	2 %
New Music West	2 %
<b>Associations provinciales de musique</b>	<b>17 %</b>
L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)	6 %
Saskatchewan Recording Industry Association	3 %
Musique Nouveau-Brunswick	3 %
Music BC	3 %
Alberta Recording Industries Association	2 %
<b>Autre</b>	<b>29 %</b>
Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN)	4 %
Congrès de la Universal (une à deux fois par année)	2 %
CRTC	2 %
Musique Action	2 %
Canadian Independent Record Production Association (CIRPA)	2 %
Rocky Mountain Association	2 %
Ontario Council of Folk Festivals	3 %
Long and McQuade (détaillant de logiciels de notation musicale)	2 %
Pacific Contact	2 %
Aspen Live	2 %
VVA	2 %
AEA	2 %
CBSA	2 %

*Tableau 9 (suite)*

<b>Ne sait pas / n'a pas précisé</b>	<b>14 %</b>
Marchés européens	2 %
Séminaire d'une journée	2 %
Formation en commercialisation	2 %
Forum sur la gestion de la musique	2 %
Rideau	2 %
Séminaire donné par un avocat	2 %
Ne sait pas	2 %

**Note :** Le pourcentage total peut dépasser 100 p. 100 parce qu'il était possible de répondre à plus d'une question. Données provenant de la question 12.

- Le tableau 9 montre que 51 p. 100 des répondants ont participé à une formation de perfectionnement professionnel offerte lors de conférences qui se tiennent régulièrement. Les conférences de la Canadian Country Music Week et des Western Canada Music Awards sont celles qui ont été mentionnées le plus souvent.
- Dix-sept pour cent des répondants ont participé à une conférence, à un atelier ou à un séminaire offert par des associations provinciales de musique.
- Vingt-neuf pour cent des répondants ont participé à une formation de perfectionnement professionnel commanditée par divers autres organismes.
- Finalement, outre le type de formation reçue, 14 p. 100 des répondants ne savaient pas ou ne pouvaient pas décrire leur expérience de perfectionnement professionnel.

## Validation de la charte de compétences

Pour définir les compétences à évaluer dans la présente étude, nous nous sommes grandement inspirés de la charte de compétences créée par le CRHSC. Afin de valider objectivement cet ensemble de compétences, nous avons demandé aux répondants s'ils pensaient à des compétences nécessaires pour les directrices et directeurs de maisons de disques que l'enquête n'aurait pas couvertes ou qui pourraient être essentielles dans l'avenir.

- Presque toutes les personnes (96 p. 100) qui ont répondu à cette question ont indiqué soit que la liste comprenait toutes les compétences nécessaires pour faire leur travail de directrice et directeur de maisons de disques, soit qu'ils ne pensaient pas à d'autres compétences (voir le tableau 10 ci-dessous).

Cela est important puisque la réponse à cette question valide la charte de compétences du CRHSC et permet de conclure qu'elle couvre l'ensemble des compétences nécessaires pour les directrices et directeurs de maisons de disques.

- Parmi les autres répondants, seulement 4 p. 100 ont mentionné une compétence qui n'était pas couverte par la charte de compétences. Leur nombre n'est cependant pas suffisant pour avoir une valeur statistique (pour le mot à mot des réponses, voir l'annexe D).

**TABLEAU 10 COMPÉTENCES PERTINENTES NON COUVERTES PAR L'ENQUÊTE**

Compétence	%
Non, je ne pense pas à d'autres compétences	91 %
Ne sait pas	5 %
Autres compétences	4 %

**Note : Données provenant de la question 10.**

### Acquérir des compétences par d'autres moyens

On demandait aux répondants si, d'après eux, les directrices et directeurs de maisons de disques pouvaient acquérir les compétences dont ils ont besoin pour faire leur travail autrement que par la formation en cours d'emploi, l'autoapprentissage ou la formation structurée.

- Quarante et un pour cent des répondants ont dit qu'ils ne voyaient pas d'autres moyens que les trois déjà mentionnés pour acquérir des compétences.
- Un peu plus d'un quart des répondants (27 p. 100) ont mentionné le mentorat, les stages ou le réseautage comme méthode d'acquisition des compétences nécessaires.
- Quinze pour cent des répondants ont indiqué la formation non structurée ou l'autoapprentissage et les ateliers ou séminaires comme sources d'acquisition de compétences.
- Le fait que l'autoapprentissage soit répété dans les méthodes alternatives importantes d'acquisition de compétences en signale encore une fois l'importance pour les directrices et directeurs de maisons de disques.

**TABLEAU 11 AUTRES TYPES DE FORMATION POUR LES DIRECTRICES ET  
DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES**

	%
Non, je ne pense pas à d'autres méthodes d'acquisition de compétences	41 %
Mentorat, stages et réseautage	27 %
Formation non structurée et autoapprentissage	15 %
Ateliers et séminaires	15 %
Ne sait pas	8 %

**Note : Données provenant de la question 11.**

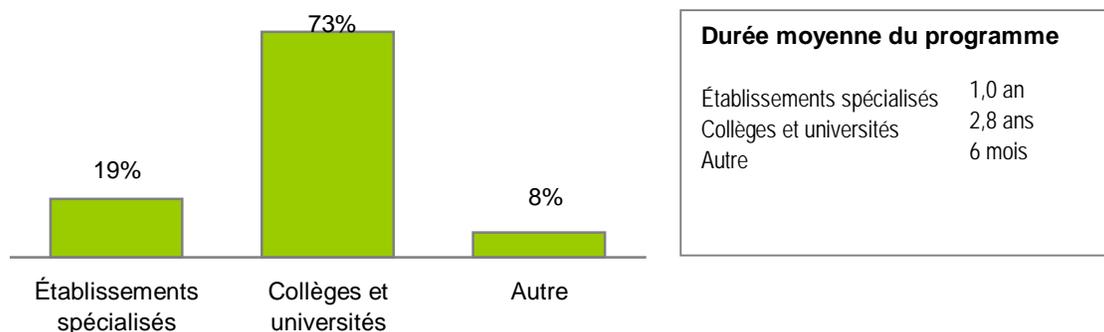
## Acquisition de compétences par la formation structurée

Lorsque les répondants indiquaient qu'ils avaient acquis une compétence donnée par la formation structurée ou que c'était de cette manière qu'ils entendaient le faire, on leur demandait où ils avaient acquis ou avaient l'intention d'acquérir cette compétence : le nom de l'établissement ainsi que le nom et la durée du programme. L'annexe C présente l'ensemble des résultats qui sont résumés ci-dessous. Aux fins de l'analyse, les établissements de formation ont été regroupés en trois catégories : les établissements offrant une formation spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques (établissements spécialisés), les universités et les collèges et les autres fournisseurs (formation à l'interne ou ateliers non structurés). Chacun des tableaux montre également la durée moyenne des programmes liés à cette compétence, répartie selon le type d'établissement.

### Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette

Sur les 26 répondants, 73 p. 100 ont indiqué qu'ils avaient acquis ou avaient l'intention d'apprendre comment établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette dans les universités et les collèges (voir le tableau 12 ci-dessous pour les détails) et 19 p. 100 ont dit qu'ils choisiraient les établissements spécialisés. Huit pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait être acquise auprès d'autres fournisseurs. Le Harris Institute for the Recording Arts (Harris Institute) est l'établissement le plus fréquemment mentionné pour offrir la formation liée à cette compétence (voir l'annexe B pour plus de détails).

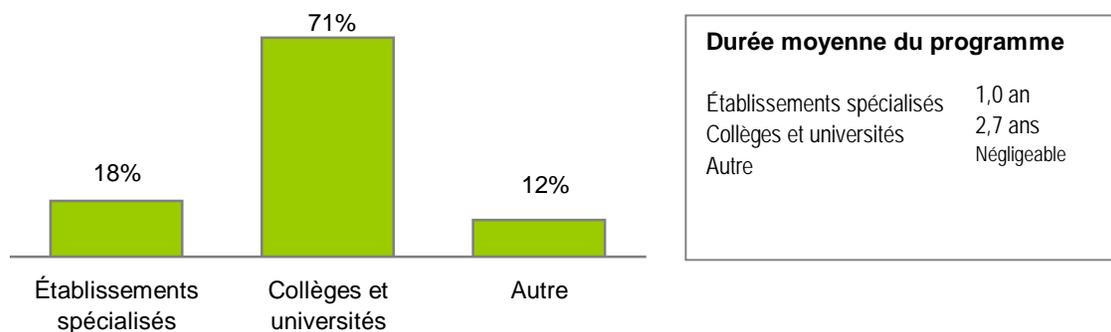
**TABLEAU 12 ÉTABLIR UNE VISION, UNE STRATÉGIE D'AFFAIRES ET LE POSITIONNEMENT DE L'ÉTIQUETTE – FORMATION**



## Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs

Sur les 17 répondants, 71 p. 100 ont indiqué qu'ils avaient acquis ou avaient l'intention d'apprendre comment élaborer des stratégies de financement dans les universités et les collèges (voir le tableau 13) et 18 p. 100 des répondants ont dit qu'ils choisiraient les établissements spécialisés pour obtenir la formation structurée liée à cette compétence. Douze pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens comme les conférences ou les associations provinciales de musique. Le Harris Institute est fréquemment mentionné comme un établissement offrant la formation structurée liée à cette compétence.

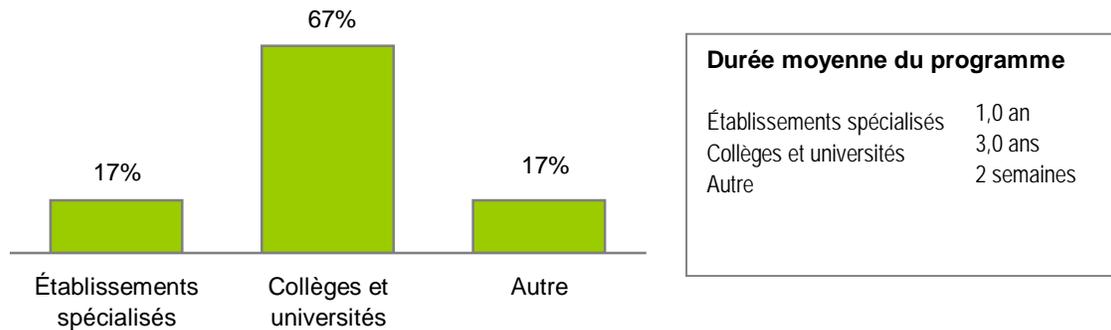
**TABEAU 13 ÉLABORER DES STRATÉGIES DE FINANCEMENT : SOUMETTRE LES DEMANDES DE SUBVENTION, TROUVER ET GÉRER LES INVESTISSEURS – FORMATION**



## Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations

Un peu plus des deux tiers (67 p. 100) des 12 répondants ont indiqué qu'ils avaient acquis ou avaient l'intention d'apprendre comment rechercher de nouveaux talents dans les universités et les collèges (voir le tableau 14 ci-dessous pour plus de détails) et 17 p. 100 des répondants ont choisi un établissement spécialisé. Dix-sept pour cent des répondants ont indiqué que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens comme les associations provinciales de musique.

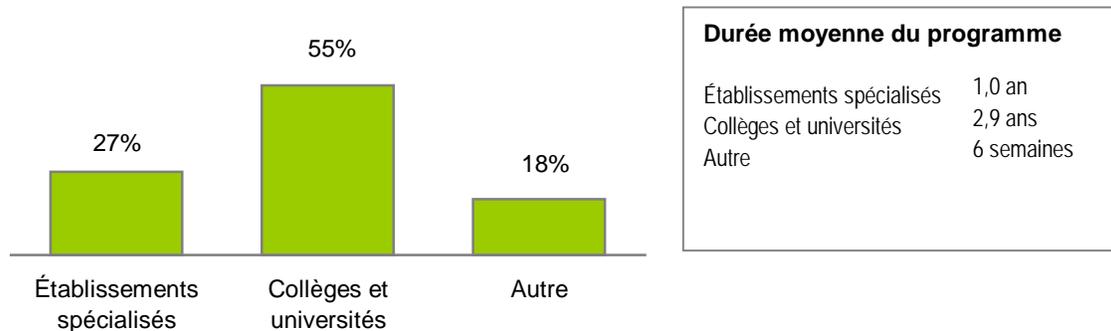
**TABLEAU 14 RECHERCHER DE NOUVEAUX TALENTS : ANALYSE DE DÉMOS, AUDITIONS, CONTRATS AVEC DES ARTISTES ET RELATIONS – FORMATION**



Conceptualiser les projets et raffiner l’image de l’artiste pour exploiter le talent

Sur les 11 répondants (voir le tableau 15 ci-dessous) un peu plus de la moitié (55 p. 100) ont suggéré les universités et les collèges pour apprendre à exploiter le talent. Environ un quart des répondants (27 p. 100) ont dit que cette compétence pouvait s’acquérir dans les établissements spécialisés. Le Harris Institute et son programme des arts de l’enregistrement ont été mentionnés fréquemment pour l’acquisition de cette compétence.

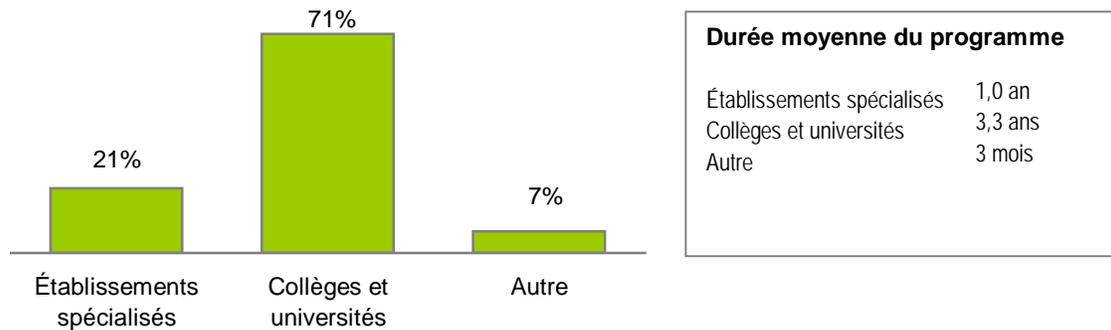
**TABLEAU 15 CONCEPTUALISER LES PROJETS ET RAFFINER L’IMAGE DE L’ARTISTE POUR EXPLOITER LE TALENT – FORMATION**



Élaborer une stratégie globale pour un projet d’enregistrement

Le tableau 16 ci-dessous montre que pour élaborer une stratégie globale pour un projet d’enregistrement, plus des deux tiers des 14 répondants (71 p. 100) ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation et seulement un cinquième (21 p. 100) un établissement spécialisé. Sept pour cent des répondants ont suggéré d’autres moyens d’acquérir cette compétence. Le Harris Institute et la Columbia Academy of Recording Arts (qui se spécialise dans le son) sont souvent mentionnés comme fournisseurs de formation pour cette compétence.

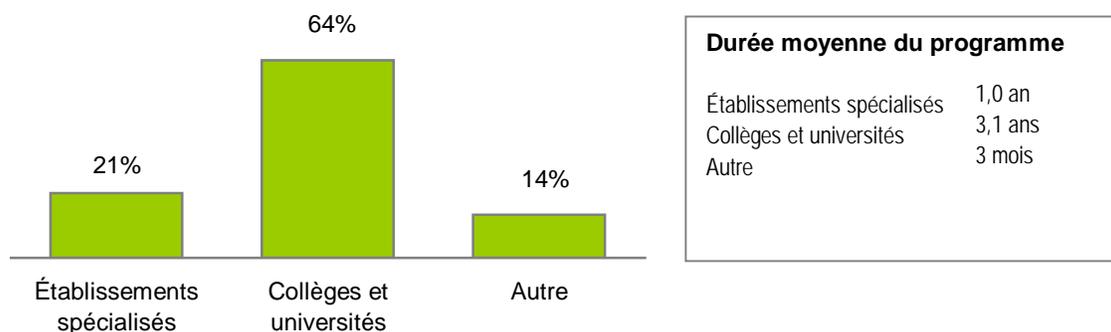
**TABEAU 16 ÉLABORER UNE STRATÉGIE GLOBALE POUR UN PROJET D'ENREGISTREMENT – FORMATION**



### Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production

Quatorze personnes ont répondu à la question portant sur la façon dont les directrices et directeurs de maisons de disques peuvent obtenir de la formation pour réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production. Près des deux tiers des répondants (64 p. 100) ont indiqué que les universités et les collèges étaient les sources de formation pour cette compétence et 21 p. 100 ont choisi les établissements spécialisés (voir le tableau 17). Quatorze pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir auprès de fournisseurs comme les associations provinciales de musique. Le Harris Institute et le BC Institute of Technology sont les établissements les plus souvent mentionnés pour offrir la formation liée à cette compétence.

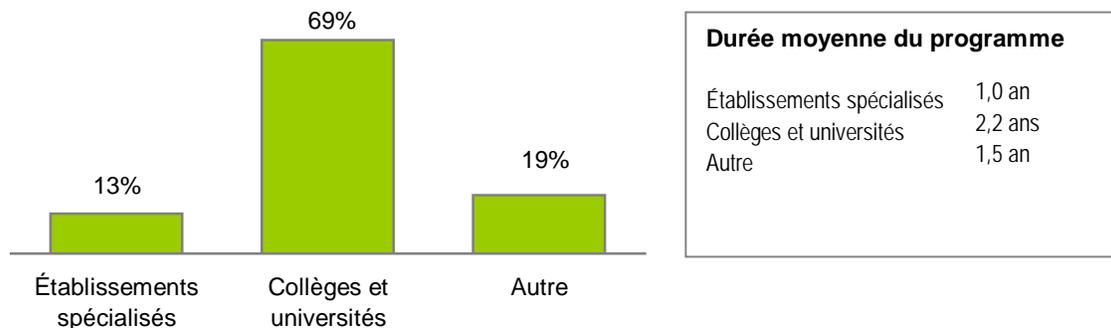
**TABEAU 17 RÉUNIR UNE ÉQUIPE DE PRODUCTION ET ÉVALUER LES EXIGENCES DE LA PRODUCTION – FORMATION**



## Garantir les ententes contractuelles

Un total de 16 personnes ont répondu à la question sur le moyen d'acquérir les compétences nécessaires pour garantir les ententes contractuelles (voir le tableau 18 ci-dessous). Un peu plus des deux tiers des répondants (69 p. 100) ont choisi les universités et les collèges et seulement 13 p. 100 les établissements spécialisés. Dix-neuf pour cent des répondants ont cité d'autres fournisseurs comme les associations provinciales de musique. Les programmes offerts par le Harris Institute ont été mentionnés à deux reprises.

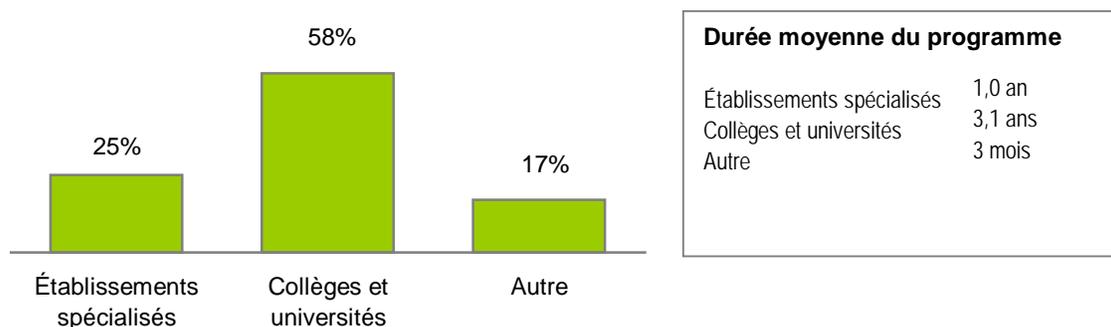
**TABEAU 18 GARANTIR LES ENTENTES CONTRACTUELLES – FORMATION**



## Réserver et garantir les installations de production

Un total de 12 personnes ont répondu à la question sur le moyen d'acquérir les compétences nécessaires pour réserver et garantir les installations de production. Comme le montre le tableau 18 ci-dessous, 25 p. 100 des répondants ont indiqué les établissements spécialisés et 58 p. 100 les universités et les collèges. Dix-sept pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir auprès d'autres fournisseurs. Le Harris Institute et son programme de gestion des arts de l'enregistrement ont été mentionnés souvent.

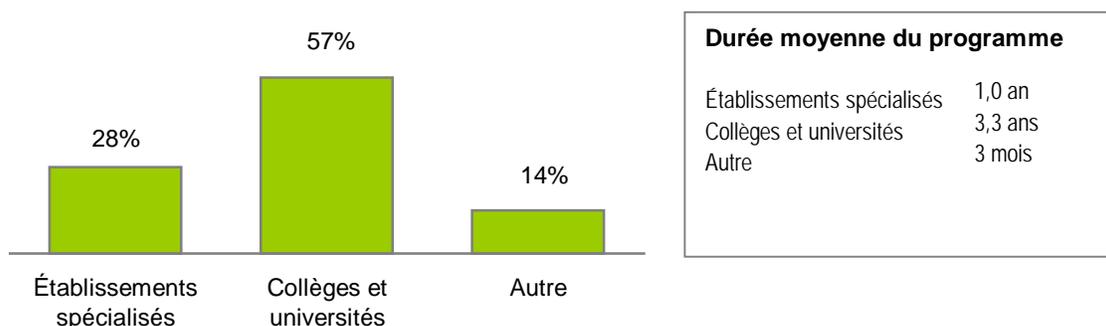
**TABEAU 19 RÉSERVER ET GARANTIR LES INSTALLATIONS DE PRODUCTION – FORMATION**



## Réunir une équipe de production et fournir le produit final

Des sept personnes qui ont répondu à la question sur cette compétence, 57 p. 100 ont indiqué qu'elles avaient acquis ou s'attendaient à apprendre à réunir une équipe de production et fournir le produit final dans les universités et les collèges (voir le tableau 20 ci-dessous pour les détails) et 28 p. 100 ont choisi les établissements spécialisés pour obtenir la formation structurée liée à cette compétence. Quatorze pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens. Le Harris Institute est le seul établissement à avoir été mentionné plus d'une fois pour ses offres de formation dans ce domaine.

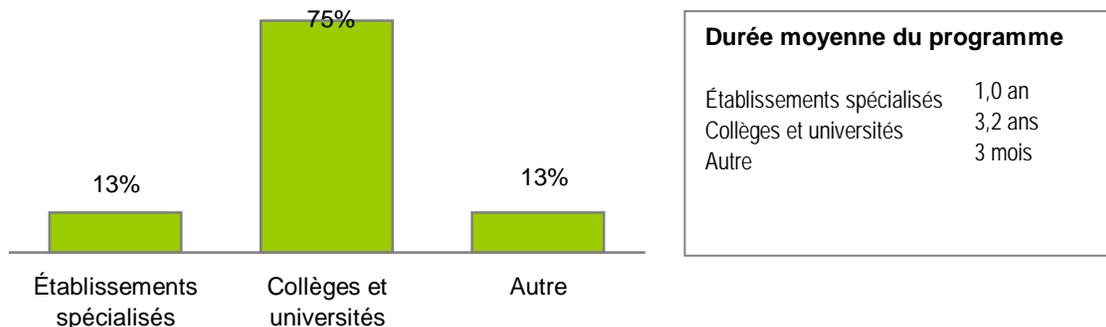
**TABLEAU 20 RÉUNIR UNE ÉQUIPE DE PRODUCTION ET FOURNIR LE PRODUIT FINAL – FORMATION**



## Négocier avec les fournisseurs et fabricants

Des 11 personnes qui ont répondu à cette question (voir le tableau 21 ci-dessous), les trois quarts (75 p. 100) ont choisi les universités et les collèges comme sources de formation pour apprendre à négocier avec les fournisseurs et les fabricants. Treize pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir dans les établissements spécialisés et 13 p. 100 par d'autres moyens.

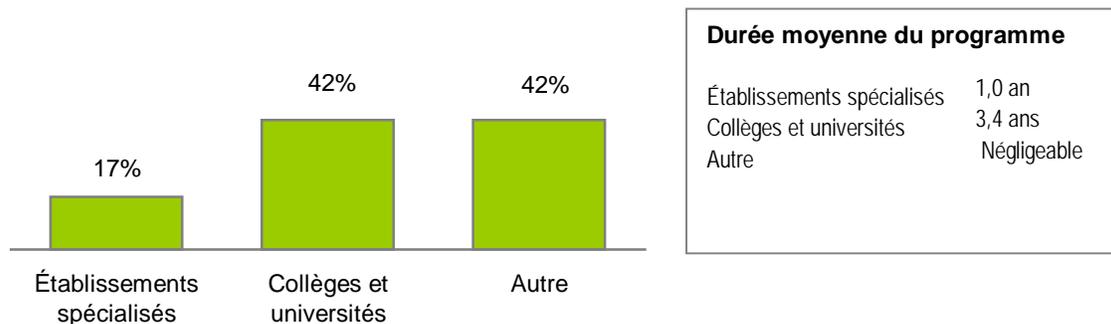
**TABLEAU 21 NÉGOCIER AVEC LES FOURNISSEURS ET FABRICANTS – FORMATION**



## Élaborer une stratégie de distribution numérique

Sur les 12 personnes qui ont répondu à la question portant sur le moyen d'apprendre à élaborer une stratégie de distribution numérique (voir le tableau 22 ci-dessous), 42 p. 100 ont choisi les universités et les collèges comme sources de formation et 42 p. 100 d'autres moyens comme des conférences ou les associations provinciales de musique pour acquérir cette compétence. Seulement 17 p. 100 des répondants ont choisi les établissements spécialisés. Le Harris Institute est mentionné plus souvent que les autres établissements pour la formation liée à cette compétence.

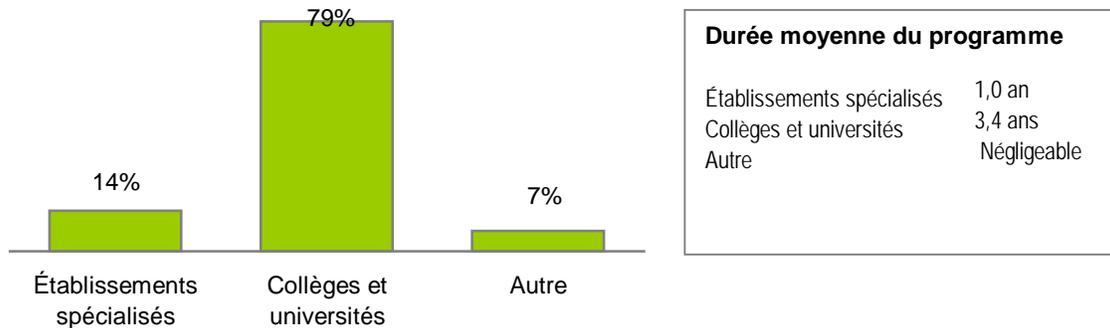
**TABLEAU 22 ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE DISTRIBUTION NUMÉRIQUE – FORMATION**



## Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique

Quatorze personnes ont répondu à la question portant sur l'endroit où les directrices et directeurs de maisons de disques avaient appris à élaborer une stratégie de commercialisation. Une majorité des répondants, soit 79 p. 100 ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation pour cette compétence et seulement 14 p. 100 les établissements spécialisés (voir le tableau 23). Seulement 7 p. 100 des répondants ont suggéré que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens, par exemple grâce aux associations provinciales de musique. Le Harris Institute a été mentionné plus souvent que les autres établissements pour la formation liée à cette compétence.

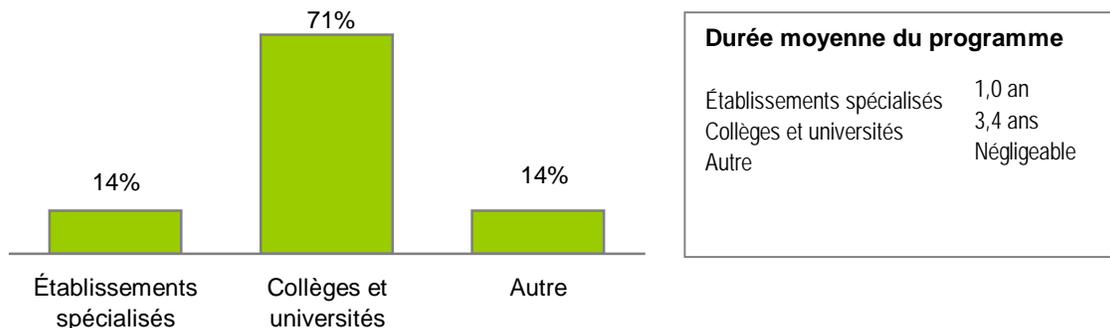
**TABLEAU 23 ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION POUR L'ÉTIQUETTE : STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION PAR INTERNET ET COUVERTURE MÉDIATIQUE – FORMATION**



Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion

Un total de sept personnes ont répondu à la question sur la façon dont elles avaient acquis ou pensaient apprendre à faire la promotion des artistes (voir le tableau 24 ci-dessous). Environ les trois quarts des répondants (71 p. 100) ont indiqué les universités ou les collèges comme sources de formation et seulement 14 p. 100 les établissements spécialisés ou une autre source de formation.

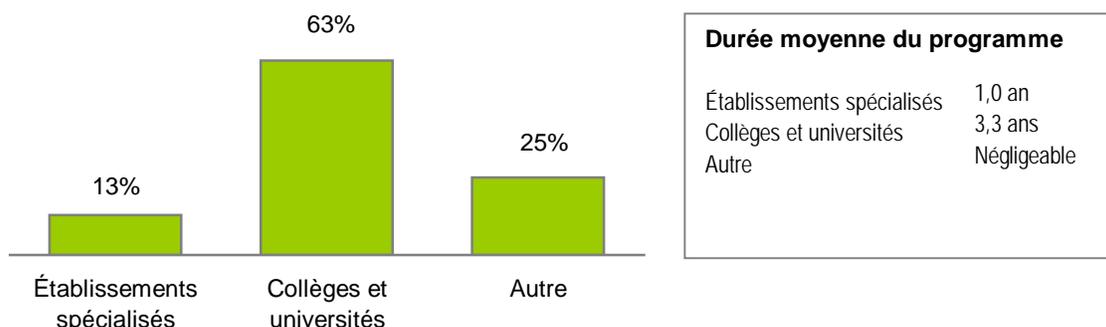
**TABLEAU 24 FAIRE LA PROMOTION DES ARTISTES : PRODUCTION DE VIDÉOCLIPS, TEMPS D'ANTENNE À LA RADIO ET TOURNÉES DE PROMOTION – FORMATION**



Garantir la distribution numérique et physique du produit

Le tableau 25 ci-dessous montre que des huit personnes qui ont répondu à la question, seulement 13 p. 100 ont indiqué qu'elles avaient acquis ou entendaient apprendre comment garantir la distribution numérique et physique du produit dans un établissement spécialisé, que 63 p. 100 ont choisi une université ou un collège et 25 p. 100 ont dit qu'elles croyaient que cette compétence pouvait être acquise par d'autres moyens.

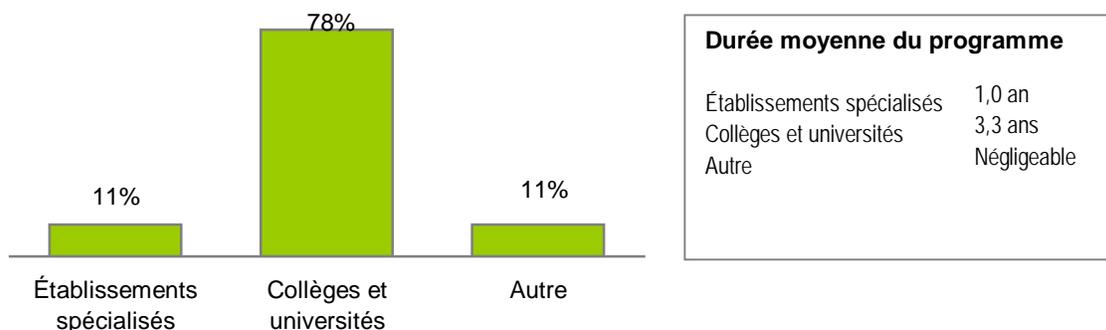
**TABLEAU 25 GARANTIR LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE ET PHYSIQUE DU PRODUIT – FORMATION**



### Garantir les ententes de production sous licence

Des neuf réponses au sujet de cette compétence, 78 p. 100 indiquent que les répondants ont appris ou s'attendent à apprendre à garantir les ententes de production sous licence dans les universités et les collèges (voir le tableau 26 ci-dessous pour les détails) contre seulement 11 p. 100 dans les établissements spécialisés. Un autre 11 p. 100 des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir à partir d'autres sources. Les programmes de droit sont mentionnés plus fréquemment que les autres programmes en ce qui a trait à la formation liée à cette compétence.

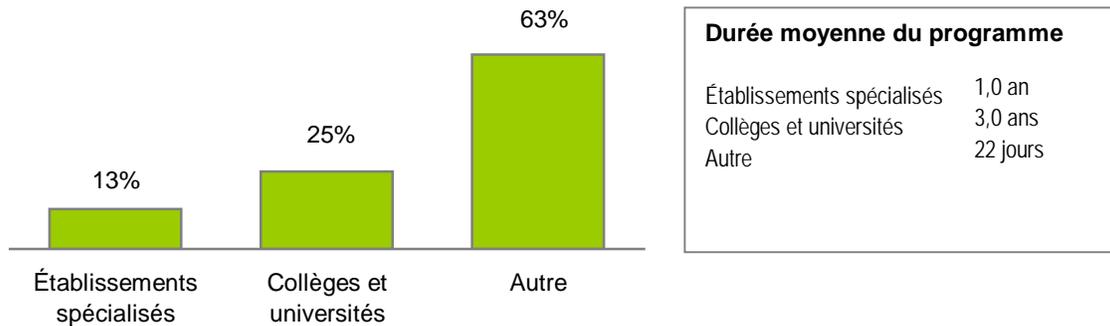
**TABLEAU 26 GARANTIR LES ENTENTES DE PRODUCTION SOUS LICENCE – FORMATION**



### Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges

Sur les huit réponses obtenues (voir le tableau 27 ci-dessous) seulement 25 p. 100 des répondants ont choisi les universités et les collèges comme sources de formation, 13 p. 100 ont dit que cette compétence pouvait être acquise dans les établissements spécialisés tandis que près des deux tiers des répondants (63 p. 100) ont indiqué que l'on pouvait apprendre à profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges par d'autres moyens (associations provinciales de musique et avocats).

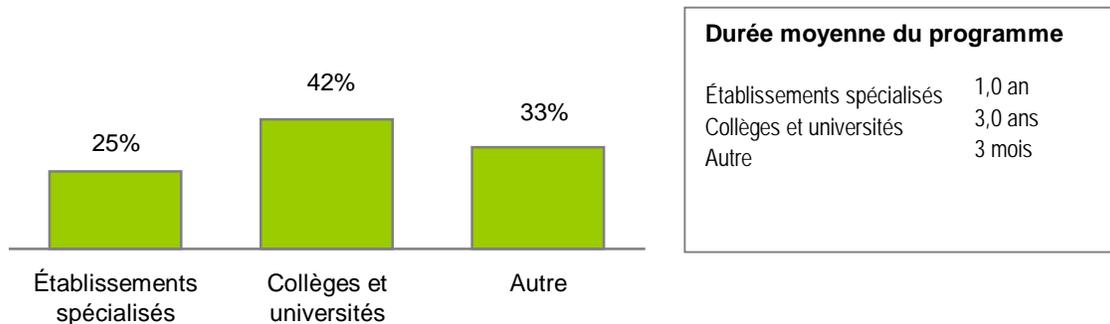
**TABEAU 27 PROFITER DES DROITS VOISINS ET DES COTISATIONS SUR LES CASSETTES VIERGES – FORMATION**



### Exploiter les nouvelles technologies

Des 12 réponses portant sur la formation structurée permettant d'exploiter les nouvelles technologies (voir le tableau 28), 42 p. 100 des répondants ont indiqué les universités ou les collèges comme sources de formation et 33 p. 100 d'autres moyens d'acquérir cette compétence y compris la formation offerte par les entreprises, la participation à des conférences ou les associations provinciales de musique. Vingt-cinq pour cent des répondants ont choisi les établissements spécialisés. Le Harris Institute est mentionné plus souvent que les autres établissements comme fournisseur pour cette compétence.

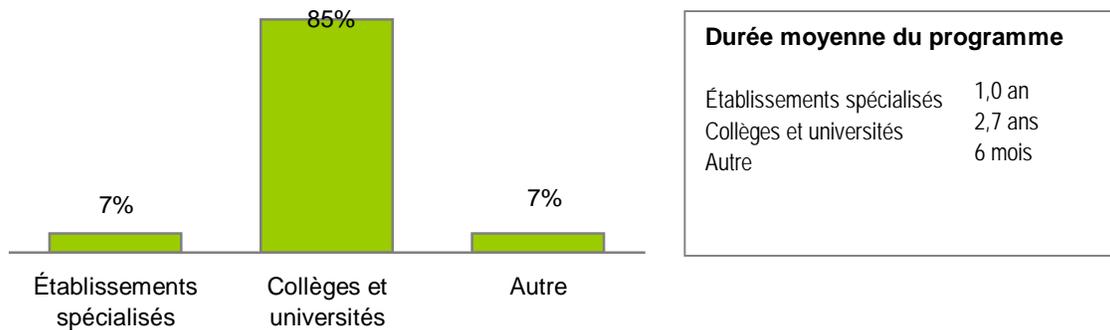
**TABEAU 28 EXPLOITER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES – FORMATION**



### Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention

Des 27 personnes qui ont répondu aux questions sur cette compétence, 85 p. 100 ont indiqué qu'elles avaient acquis ou s'attendaient à apprendre à gérer les ressources financières dans les universités ou les collèges (voir le tableau 29 ci-dessous) et seulement 7 p. 100 les établissements spécialisés. Un autre 7 p. 100 des répondants ont dit que cette compétence pouvait être acquise par d'autres moyens.

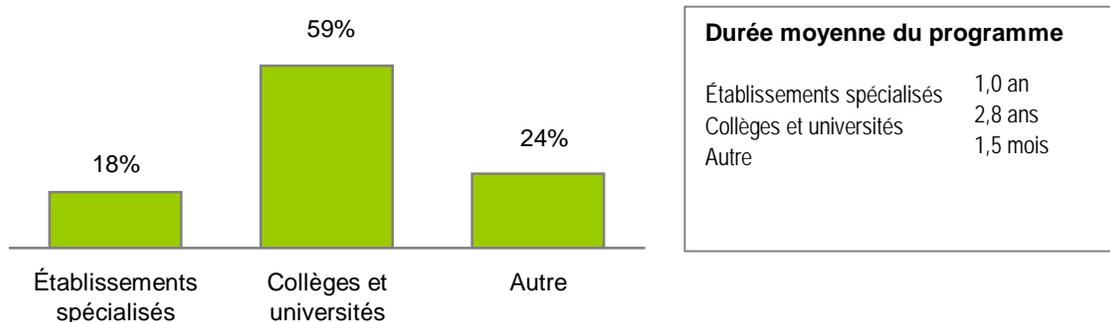
**TABEAU 29 GÉRER LES RESSOURCES FINANCIÈRES : BUDGÉTISATION, ALLOCATION DE FONDS ET GESTION DES DEMANDES DE SUBVENTION – FORMATION**



Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire

Sur les 17 réponses obtenues (voir le tableau 30 ci-dessous), plus de la moitié des répondants (59 p. 100) ont choisi les universités et les collèges pour acquérir des habiletés en administration. Environ un cinquième (18 p. 100) ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir dans les établissements spécialisés et un quart (24 p. 100) par d'autres moyens. Le Harris Institute et son programme de gestion des arts de l'enregistrement sont mentionnés plus souvent que les autres établissements dans l'acquisition de cette compétence.

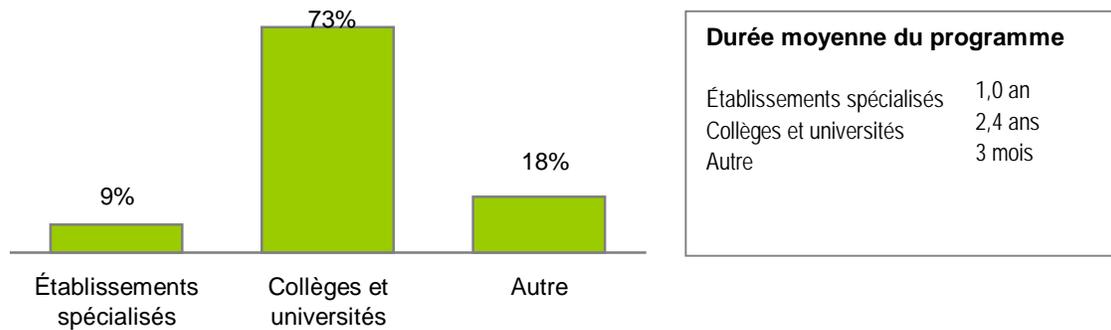
**TABEAU 30 POSSÉDER DES HABILÉTÉS EN ADMINISTRATION : CALCULER LES REDEVANCES, FAIRE LES PAIES, ADMINISTRER LES BUREAUX ET LE MATÉRIEL ET CONTRÔLER L'INVENTAIRE – FORMATION**



Gérer les technologies de l'information

Sur les 11 réponses portant sur la gestion des technologies de l'information (voir le tableau 31), environ les trois quarts (73 p. 100) des répondants ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation et seulement 9 p. 100 les établissements spécialisés. Dix-huit pour cent des répondants ont dit qu'il y avait d'autres moyens d'acquérir cette compétence.

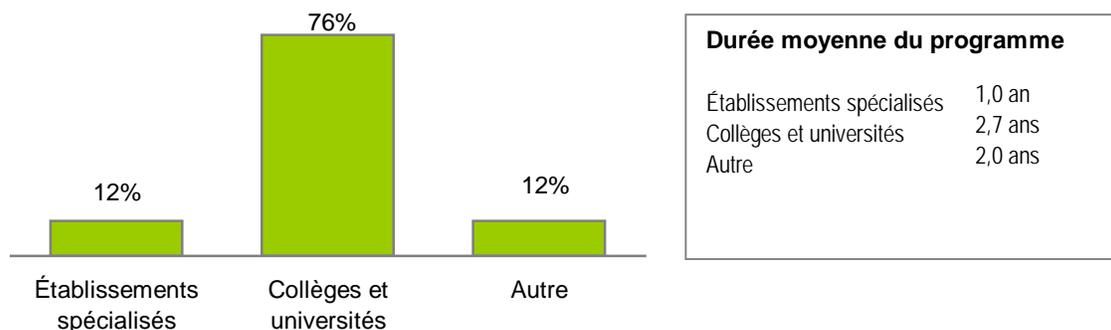
**TABEAU 31 GÉRER LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION – FORMATION**



### Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés

Dix-sept réponses ont été obtenues quant à l'endroit où les directrices et directeurs de maisons de disques peuvent apprendre à gérer les ressources humaines. À peu près les trois quarts (76 p. 100) des répondants ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation pour cette compétence. Douze pour cent ont suggéré les établissements spécialisés et un autre 12 p. 100 d'autres moyens (voir le tableau 32). Le Harris Institute et le BC Institute of Technology sont mentionnés plus souvent que les autres dans la formation liée à cette compétence.

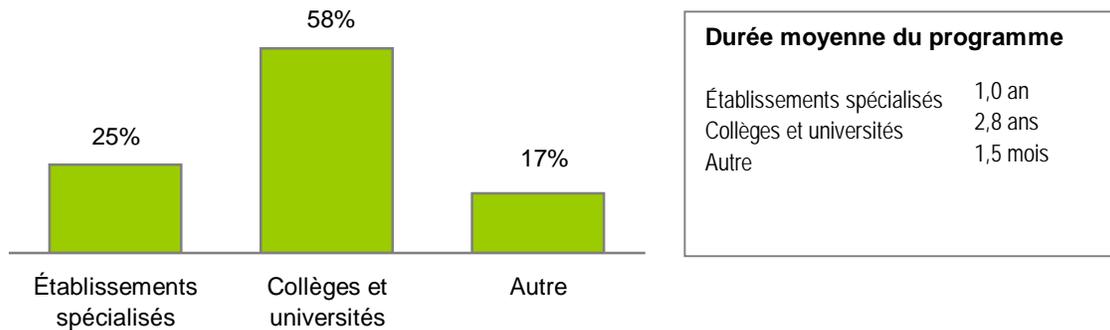
**TABEAU 32 GÉRER LES RESSOURCES HUMAINES : DESCRIPTIONS D'EMPLOI, RECRUTEMENT, FORMATION ET ÉVALUATION DU RENDEMENT DES EMPLOYÉS – FORMATION**



### Trouver et gérer les possibilités de mise en marché

Sur les 12 réponses obtenues au sujet de la façon d'apprendre à trouver et gérer les possibilités de mise en marché, 58 p. 100 des répondants ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation et 25 p. 100 les établissements spécialisés (voir le tableau 33). Dix-sept pour cent ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens. Le Harris Institute est mentionné plus souvent que les autres établissements comme source de formation pour cette compétence.

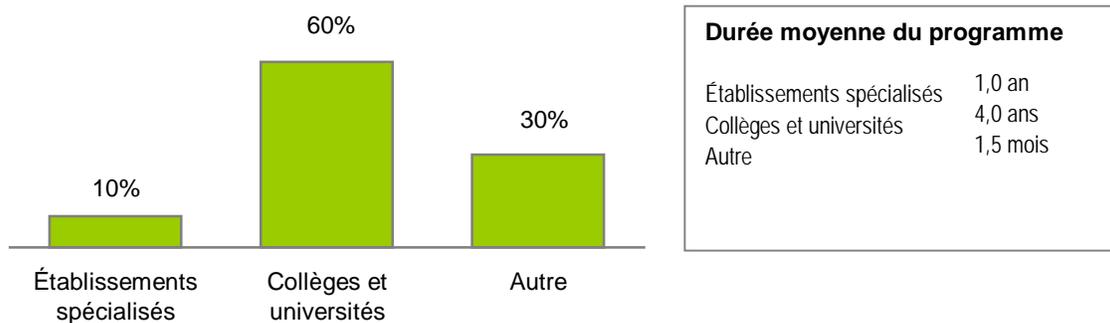
**TABLEAU 33 TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE MISE EN MARCHÉ – FORMATION**



### Trouver et gérer les possibilités de publication

Sur les dix répondants, les trois cinquièmes (60 p. 100) ont choisi les universités et les collèges pour apprendre à trouver et gérer les possibilités de publication (voir le tableau 34). Un peu moins que le tiers (30 p. 100) des répondants ont dit que cette compétence peut s'acquérir par d'autres moyens et 24 p. 100 ont choisi les établissements spécialisés.

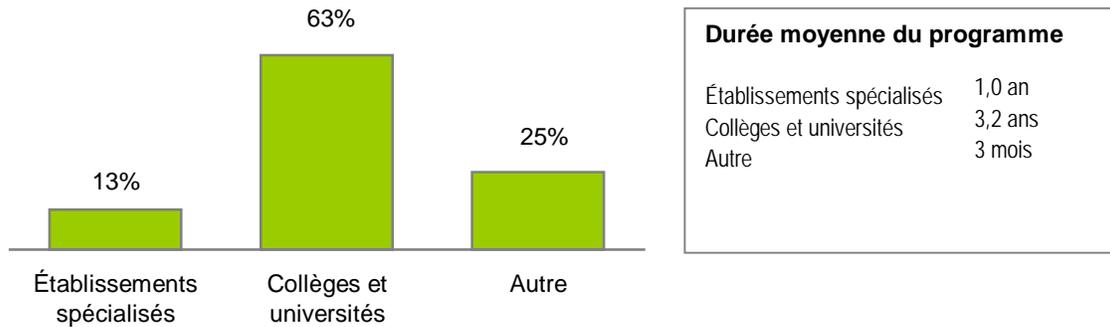
**TABLEAU 34 TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE PUBLICATION – FORMATION**



### Trouver et gérer les possibilités de spectacle

Sur les huit répondants dans ce domaine de compétence, 63 p. 100 ont indiqué qu'ils avaient acquis ou s'attendaient à apprendre à trouver et gérer les possibilités de spectacle dans les universités et les collèges (voir le tableau 35 ci-dessous) et seulement 13 p. 100 ont choisi les établissements spécialisés. Vingt-cinq pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait être acquise par d'autres moyens, comme des séminaires.

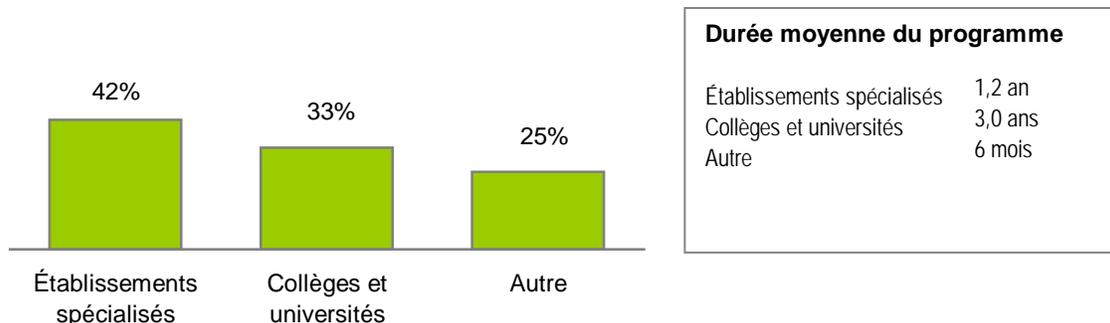
**TABLEAU 35 TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE SPECTACLE – FORMATION**



## Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel

Sur les 12 répondants dans ce domaine de compétence, 42 p. 100 ont indiqué qu'ils avaient acquis ou s'attendaient à apprendre à trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel dans les établissements spécialisés et 33 p. 100 ont choisi les universités et les collèges (voir le tableau 36). Vingt-cinq pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens. Le Harris Institute est mentionné plus souvent que les autres établissements comme source de formation pour cette compétence.

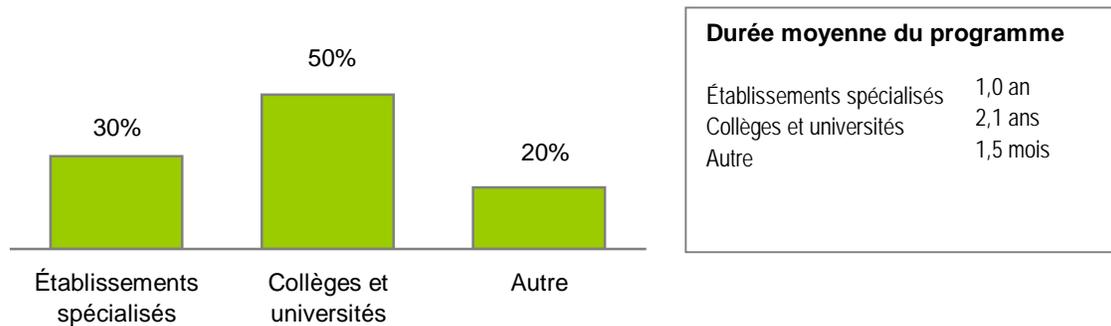
**TABLEAU 36 TROUVER ET GÉRER LES REVENUS LIÉS À L'AUDIOVISUEL – FORMATION**



## Trouver et gérer les possibilités d'achat de services

Sur les dix réponses obtenues quant à la façon d'apprendre à trouver et gérer les possibilités d'achat de services, la moitié des répondants (50 p. 100) ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation et 30 p. 100 les établissements spécialisés. Vingt pour cent des répondants ont dit que cette compétence pouvait s'acquérir par d'autres moyens (voir le tableau 37). Le Harris Institute est mentionné plus souvent que les autres établissements comme source de formation pour cette compétence.

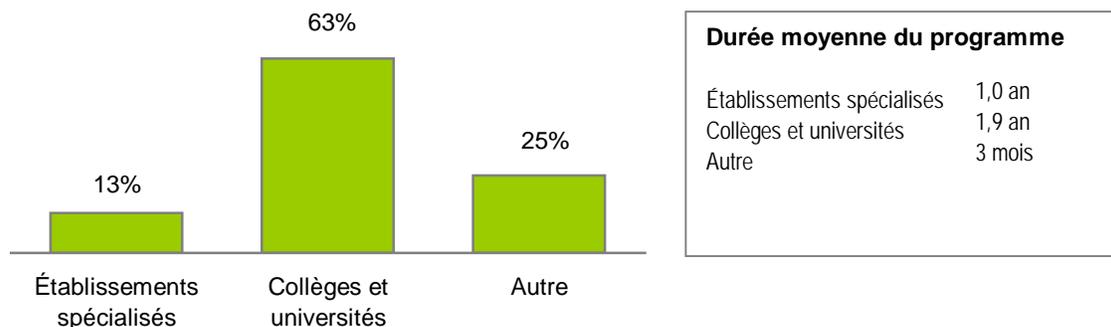
**TABEAU 37 TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS D'ACHAT DE SERVICES – FORMATION**



### Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette

Un total de huit personnes ont répondu à la question portant sur la façon d'apprendre à incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette (voir le tableau 38 ci-dessous). Environ les deux tiers (63 p. 100) des répondants ont indiqué les universités et les collèges comme sources de formation et seulement 13 p. 100 les établissements spécialisés. Le quart des répondants (25 p. 100) ont cité d'autres sources de formation. Les programmes de droit et de commerce sont les programmes les plus fréquemment mentionnés dans l'acquisition de cette compétence.

**TABEAU 38 INCORPORER LES DROITS D'AUTEUR À LA STRATÉGIE D'AFFAIRES DE L'ÉTIQUETTE – FORMATION**



## Analyse des lacunes dans la formation

Les lacunes dans la formation ont été calculées à partir des besoins de formation indiqués par les directrices et directeurs de maisons de disques et leurs employeurs. Le tableau 39 ci-dessous montre dans la colonne de gauche chacune des lacunes dans la formation, c'est-à-dire le pourcentage de répondants qui ont dit avoir besoin de cette compétence ainsi que les attentes sur le moyen d'acquérir cette compétence (par ceux qui en ont besoin) dans les trois colonnes de droite.

Comparer chaque lacune dans les compétences avec les attentes des répondants quant à la façon de les combler nous a permis de faire quelques constatations importantes. Premièrement, il existe une relation négative moyenne entre l'importance de la lacune et le pourcentage de répondants qui s'attendent à ce que cette lacune soit comblée par la formation en cours d'emploi (la corrélation statistique d'importance est de  $-0,526$ , mesurée à partir du coefficient de corrélation des rangs de Spearman). En d'autres mots, plus l'écart augmente, plus le pourcentage de ceux qui s'attendent à ce que la formation en cours d'emploi comble la lacune diminue et *vice-versa*. Deuxièmement, il existe également une faible corrélation négative ( $-0,413$ ) entre la proportion de ceux qui s'attendent à ce que la lacune soit comblée par l'autoapprentissage et ceux qui s'attendent à combler cette lacune par la formation structurée. Bien que les répondants pouvaient choisir une de ces possibilités ou les deux, la corrélation négative suggère que l'autoapprentissage et la formation structurée sont perçus comme des modes d'apprentissage concurrentiels plutôt que complémentaires.

Pour chacune des compétences évaluées, au moins 50 p. 100 des répondants ont dit qu'ils avaient acquis cette compétence ou s'attendaient à l'apprendre par la formation en cours d'emploi. La totalité des répondants (100 p. 100) ont dit que la formation en cours d'emploi est la source de formation attendue pour trois compétences spécifiques : réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production; garantir les ententes contractuelles; et réunir une équipe de production et fournir le produit final. À l'autre extrême, les répondants ont indiqué que les lacunes dans les compétences ont moins de chance d'être comblées par la formation en cours d'emploi se retrouvent dans les domaines suivants : élaborer une stratégie de distribution numérique (50 p. 100); trouver et gérer les possibilités de publication (55 p. 100); élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette (59 p. 100). On peut donc conclure que, pour les directrices et directeurs de maisons de disques, la formation en cours d'emploi est cruciale dans l'acquisition de compétences.

L'autoapprentissage est généralement perçu comme une façon importante de combler les lacunes dans les compétences bien que le pourcentage de ceux qui ont cité l'autoapprentissage pour chacune des compétences varie de 0 p. 100 à 53 p. 100 (voir également le tableau 39). L'autoapprentissage est le mode d'acquisition le plus important dans quatre compétences : (cité par au moins la moitié de ceux qui ont besoin de combler cette lacune) : établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette; trouver et gérer les possibilités de mise en marché; réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production; réunir une équipe de production et fournir le produit final. Pour les compétences suivantes : rechercher de nouveaux talents (0 p. 100) et incorporer les droits à la stratégie d'affaires de l'étiquette (11 p. 100), l'autoapprentissage est le moyen d'acquisition mentionné le moins souvent.

Le rôle de la formation structurée dans l'acquisition de compétences varie grandement selon les compétences. Elle est citée le plus souvent dans les lacunes liées aux compétences suivantes : réserver et garantir les installations de production (50 p. 100) et trouver et gérer les possibilités d'achat de services (38 p. 100). La plupart des répondants se fient à la formation structurée dans

kisquared



les domaines suivants : incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette (33 p. 100), garantir les ententes contractuelles (29 p. 100), posséder des habiletés en administration (27 p. 100), trouver et gérer les possibilités de publication (25 p. 100) et rechercher de nouveaux talents (25 p. 100). Par contre, presque personne ne pense que la formation structurée est utile pour apprendre à : garantir les ententes de production sous licence (0 p. 100), gérer les ressources financières (0 p. 100) ou garantir la distribution numérique et physique du produit (4 p. 100).

Bien que des programmes de formation structurée spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques soient offerts au Canada dans au moins 14 établissements d'enseignement, ces derniers sont concentrés dans trois provinces : la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec. Les personnes vivant dans les autres provinces et les territoires n'ont pas le même accès à la formation. Il s'agit là d'une lacune importante dans la formation, étant donné qu'il est évident que la demande actuelle et future en matière de formation est importante dans les domaines de compétences spécifiques.

**TABLEAU 39 LACUNES DANS LES COMPÉTENCES ET ATTENTES SUR LA FAÇON DE LES ACQUÉRIR**

Compétences	Lacunes	Attentes sur la façon d'acquérir les compétences		
		En cours d'emploi	Auto-apprentissage	Formation structurée
Élaborer une stratégie de distribution numérique	23 %	50 %	45 %	18 %
Élaborer une stratégie de commercialisation de l'étiquette	17 %	59 %	45 %	14 %
Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges	17 %	65 %	24 %	18 %
Garantir la distribution numérique et physique du produit	14 %	77 %	31 %	4 %
Exploiter les nouvelles technologies	14 %	63 %	38 %	17 %
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	13 %	89 %	22 %	17 %
Établir une vision et une stratégie de positionnement	11 %	76 %	53 %	12 %
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	10 %	72 %	44 %	11 %
Gérer les technologies de l'information	10 %	75 %	31 %	13 %
Trouver et gérer les possibilités de publication	10 %	55 %	20 %	25 %
Garantir les ententes de production sous licence	9 %	87 %	33 %	0 %
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	9 %	81 %	38 %	19 %
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	8 %	80 %	33 %	27 %
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	8 %	64 %	50 %	21 %
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	7 %	62 %	31 %	38 %
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	6 %	73 %	45 %	18 %
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	5 %	75 %	25 %	13 %
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	5 %	90 %	40 %	0 %
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	5 %	78 %	33 %	22 %
Incorporer les droits d'auteur à la stratégie d'affaires	5 %	78 %	11 %	33 %
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	4 %	88 %	0 %	25 %
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	4 %	71 %	29 %	14 %
Réunir une équipe et évaluer la production	4 %	100 %	50 %	13 %
Garantir les ententes contractuelles	4 %	100 %	29 %	29 %
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	4 %	100 %	50 %	17 %

Tableau 39 (suite)

Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	4 %	78 %	33 %	22 %
Réserver et garantir les installations de production	2 %	75 %	25 %	50 %

**Note :** Les pourcentages de la rubrique « Attentes sur la façon d'acquérir les compétences » sont tirés du pourcentage apparaissant à la rubrique « Lacunes » (les répondants qui ont indiqué avoir besoin de cette compétence). Le total des pourcentages de la colonne de droite dépasse 100 p. 100 parce que l'on pouvait donner plusieurs réponses.

Le tableau 40 ci-dessous montre, pour chacune des compétences, le niveau de la lacune et le pourcentage des répondants qui s'attendent à combler cette lacune par la formation structurée (les mêmes données apparaissent dans le tableau 39 ci-dessus). Le tableau 40 montre également le nombre d'établissements d'enseignement (sur un total de 14) offrant des programmes de formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques dans chacune des compétences. Comparer les pourcentages des lacunes dans les compétences et les attentes en matière de formation structurée avec la prévalence de la formation structurée pour chacune des compétences nous a permis d'évaluer si les établissements d'enseignement offraient la formation structurée nécessaire pour combler les lacunes dans les compétences.

Les 27 compétences examinées sont enseignées dans la plupart des 14 établissements d'enseignement recensés dans la présente étude. Par contre, seulement trois compétences sont enseignées dans l'ensemble des établissements soit : exploiter les nouvelles technologies, faire la promotion des artistes et garantir les ententes contractuelles.

La formation structurée est disponible dans 11 des 14 établissements d'enseignement pour chacune des quatre compétences où nous avons calculé les lacunes les plus importantes et l'ensemble des 14 établissements offre la formation liée à la cinquième lacune en importance dans les compétences. Voici un résumé de ces lacunes et des possibilités de formation pour chacune :

- Élaborer une stratégie de distribution numérique (11 des 14 établissements)
- Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique (11 établissements)
- Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges (11 établissements)
- Garantir la distribution numérique et physique du produit (11 établissements)
- Exploiter les nouvelles technologies (14 établissements)

Les différences régionales sont minimes pour les cinq principales compétences désirées; pour chacune d'entre elles, la formation est offerte dans deux des trois établissements de la Colombie-Britannique, dans deux des trois établissements du Québec et dans six des huit établissements de l'Ontario. Certaines constatations indiquent que la demande pour ces compétences pourrait également être comblée par d'autres types de formation structurée comme la participation à des conférences ou à des ateliers. Les compétences liées aux deux plus importantes lacunes (élaborer une stratégie de distribution numérique et élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette) font partie du contenu dans deux conférences et ateliers de perfectionnement professionnel sur trois (voir le tableau 8 pour de plus amples renseignements).

Cinq compétences (voir la liste ci-dessous) font partie de la formation structurée offerte dans dix ou moins des 14 établissements. Malgré les offres limitées, cette formation est offerte dans des

kisquared



établissements de trois provinces (Colombie-Britannique, Ontario et Québec). Les compétences enseignées par le moins d'établissements sont :

- Négocier avec les fournisseurs et fabricants (9 des 14 établissements)
- Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel (10 établissements)
- Trouver et gérer les possibilités de spectacle (10 établissements)
- Réunir une équipe de production et fournir le produit final (10 établissements)
- Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés (10)

**TABLEAU 40 ANALYSE : LACUNES DANS LES COMPÉTENCES, FORMATION DÉSIRÉE, OFFRES DES ÉTABLISSEMENTS**

Compétences	Lacunes dans les compétences	Formation structurée ?	Établissements offrant la formation (sur 14)
Élaborer une stratégie de distribution numérique	23 %	18 %	11
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	17 %	14 %	11
Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges	17 %	18 %	11
Garantir la distribution numérique et physique du produit	14 %	4 %	11
Exploiter les nouvelles technologies	14 %	17 %	14
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	13 %	17 %	13
Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette	11 %	12 %	11
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	10 %	11 %	14
Gérer les technologies de l'information	10 %	13 %	13
Trouver et gérer les possibilités de publication	10 %	25 %	12
Garantir les ententes de production sous licence	9 %	0 %	14
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	9 %	19 %	10
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	8 %	27 %	11
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	8 %	21 %	11
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	7 %	38 %	13
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	6 %	18 %	13
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	5 %	13 %	9
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	5 %	0 %	11
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	5 %	22 %	10
Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette	5 %	33 %	13
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	4 %	25 %	13
Élaborer une stratégie globale pour l'enregistrement	4 %	14 %	12

Tableau 40 (suite)

Réunir une équipe et évaluer la production	4 %	13 %	11
Garantir les ententes contractuelles	4 %	29 %	13
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	4 %	17 %	10
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	4 %	22 %	10
Réserver et garantir les installations de production	2 %	50 %	13

Note : Les pourcentages de la rubrique « Formation structurée » sont tirés des pourcentage de la rubrique « Lacunes ».

## Élaborer une stratégie de distribution numérique

La lacune la plus importante que la présente étude a permis de définir est liée à la compétence qui permet d'élaborer une stratégie de distribution numérique : 23 p. 100 des personnes interviewées ont dit qu'elles avaient besoin de cette compétence. Parmi elles, environ une personne sur six (18 p. 100) s'attend à combler cette lacune par la formation structurée.

La formation liée à cette compétence est offerte dans 11 des 14 établissements offrant de la formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques : la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Ontario Institute of Audio Recording Technology (OIART), le Durham College, la International Academy of Design and Technology (IADT), l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec.

Bien que cette compétence soit enseignée dans la plupart des établissements offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, elle peut également être acquise lors de conférences et d'ateliers de perfectionnement professionnel : 15 p. 100 des répondants ont récemment participé à des conférences ou à des ateliers pour apprendre à élaborer une stratégie de distribution numérique. Il s'agit du troisième domaine de contenu en importance dans ce genre de rencontres et cela confirme que cette compétence est vraiment en demande. Il se pourrait que la formation qu'offrent les établissements ne réponde pas aux besoins dans ce domaine et que les conférences et les ateliers soient un moyen temporaire pour atténuer la lacune jusqu'à ce qu'un nombre suffisant de diplômés la fassent disparaître.

## Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique

Pour cette compétence, la dynamique entre l'offre et la demande produit la deuxième lacune en importance définie par la présente étude (ex æquo avec profiter des droits voisins, ci-dessous), soit 17 p. 100. De ce pourcentage, 14 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils avaient l'intention de combler cette lacune par la formation structurée.

La compétence est enseignée dans 11 des 14 établissements offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques : le Capilano College, le Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

La forte demande pour cette compétence est suggérée par la fréquence de ce sujet dans les conférences et les ateliers de perfectionnement professionnel : 23 p. 100 des répondants qui ont participé à de telles rencontres ont dit y avoir acquis cette compétence, ce qui en fait le sujet le plus fréquemment traité. Comme pour élaborer une stratégie de distribution numérique, cela pourrait indiquer des limites dans la formation actuellement offerte par les établissements ou des tactiques de perfectionnement professionnel à court terme pour combler la lacune jusqu'à ce qu'il y ait suffisamment de nouveaux diplômés pour répondre à la demande.

## Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges

Pour cette compétence, la dynamique de l'offre et de la demande produit la deuxième lacune en importance définie par la présente étude (ex æquo avec élaborer une stratégie de commercialisation ci-dessus), soit 17 p. 100. De ce pourcentage, 18 p. 100 des répondants ont dit qu'ils s'attendaient à combler cette lacune par la formation structurée.

La compétence est enseignée dans 11 des 14 établissements offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques : la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Une faible proportion (4 p. 100) de ceux qui ont participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel ont indiqué que l'acquisition de cette compétence était l'objectif des rencontres.

## Garantir la distribution numérique et physique du produit

La demande pour cette compétence par rapport à l'offre produit la quatrième lacune en importance définie dans la présente étude (ex æquo avec exploiter les nouvelles technologies ci-dessous), soit 14 p. 100. De ce pourcentage, seulement 4 p. 100 des répondants ont choisi la formation structurée comme moyen de combler ce besoin.

La formation se donne dans 11 des 14 établissements offrant une formation spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Malgré la demande relativement élevée pour cette compétence, aucune des personnes interviewées n'a signalé l'avoir acquise dans des conférences ou des ateliers de perfectionnement professionnel.

## Exploiter les nouvelles technologies

La demande pour cette compétence par rapport à l'offre produit la quatrième lacune en importance définie dans la présente étude (ex æquo avec distribution numérique et physique ci-dessus), soit 14 p. 100. De ce pourcentage, 17 p. 100 des répondants ont indiqué qu'ils s'attendaient à combler cette lacune par la formation structurée.

Tous les établissements spécialisés offrent cette formation spécifique : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

La demande importante pour cette compétence est démontrée par son inclusion dans les sujets des conférences et des ateliers de perfectionnement professionnel : 11 p. 100 de ceux qui ont participé à ce type de conférences ou d'ateliers ont dit que c'est là qu'ils ont acquis cette compétence.

## Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer des investisseurs

Treize pour cent des répondants ont dit avoir besoin de cette compétence, c'est donc la sixième lacune en importance (sur les 27 compétences analysées). De ce nombre, 17 p. 100 des répondants ont dit qu'ils s'attendaient à combler cette lacune par la formation structurée.

La formation liée à cette compétence est offerte dans 13 des 14 établissements offrant de la formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, y compris deux des trois établissements de la Colombie-Britannique, les huit établissements de l'Ontario et les trois établissements du Québec : la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

La demande similaire pour cette compétence est confirmée par son inclusion dans les sujets des conférences et des ateliers de perfectionnement professionnel : 11 p. 100 de ceux qui ont participé à de tels ateliers ou conférences ont dit y avoir acquis cette compétence.

## Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette

Onze pour cent des répondants ont dit qu'ils avaient besoin d'acquérir cette compétence, créant ainsi la septième lacune en importance de la présente étude. Parmi les répondants qui ont besoin de cette compétence, 12 p. 100 ont dit qu'ils s'attendaient à l'acquérir par la formation structurée.

La formation se donne dans 11 des 14 établissements offrant une formation spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques, y compris deux des trois établissements de la Colombie-Britannique, sept des huit de l'Ontario et deux des trois du Québec : la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Une petite proportion (4 p. 100) des personnes interviewées qui avaient participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel ont indiqué que l'objectif de ces activités était d'acquérir cette compétence.

## Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion

Dix pour cent des répondants ont dit avoir besoin de cette compétence, une lacune moyenne si on la compare aux 27 compétences analysées. Parmi ceux qui ont besoin de cette compétence, 11 p. 100 des répondants ont dit qu'ils s'attendaient à la combler par la formation structurée.

La formation se donne dans tous les établissements offrant une formation spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques : le Capilano College, la Vancouver Film School, et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Une faible proportion (4 p. 100) des personnes interviewées qui avaient participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel ont indiqué que ces activités avaient pour objectif d'acquérir cette compétence.

## Gérer les technologies de l'information

Dix pour cent des répondants ont dit qu'ils avaient besoin de cette compétence, une autre lacune moyenne par rapport aux 27 compétences analysées. Parmi eux, 13 p. 100 des répondants ont dit s'attendre à acquérir cette compétence par la formation structurée.

La formation se donne dans 13 des 14 établissements offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Aucun des répondants n'a dit avoir participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence.

## Trouver et gérer les possibilités de publication

Pour cette compétence, la lacune (ou le besoin) est moyenne soit 10 p. 100 (entre 2 p. 100 et 23 p. 100 pour les autres compétences). Parmi ceux qui ont dit avoir besoin de cette compétence, 25 p. 100 s'attendaient à combler la lacune par la formation structurée, 55 p. 100 par la formation en cours d'emploi et 20 p. 100 par l'autoapprentissage.

La formation structurée pour apprendre à trouver et gérer les possibilités de publication est disponible dans 11 des 14 établissements d'enseignement recensés : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec.

Parmi les 34 p. 100 de répondants qui ont participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année, seulement 2 p. 100 ont dit que cette conférence ou cet atelier visait à apprendre à trouver et gérer les possibilités de publication. Il semble que parallèlement à une demande moyenne pour cette compétence, il existe une demande moyenne pour la formation structurée dans les compétences plus souvent acquises par la formation en cours d'emploi et l'autoapprentissage.

## Garantir les ententes de production sous licence

La lacune est de 9 p. 100 pour garantir les ententes de production sous licence, une lacune moyenne par rapport aux autres compétences. La grande majorité des répondants, 87 p. 100 qui ont dit avoir besoin de cette compétence, s'attendent à l'acquérir par la formation en cours d'emploi et 33 p. 100 par l'autoapprentissage. Aucun répondant ne s'attend à acquérir cette compétence par la formation structurée.

Malgré une lacune moyenne et aucune demande de formation structurée, les 14 établissements offrent la formation liée à cette compétence. Parmi les répondants qui ont participé à des conférences ou à des ateliers de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année, 11 p. 100 ont mentionné une formation permettant d'apprendre à garantir les ententes de production sous licence. Cela suggère qu'il existe une certaine demande de formation structurée, mais que les répondants préfèrent l'acquérir dans un contexte moins structuré et lors de sessions plus courtes que ce qui offert dans les établissements d'enseignement.

## Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel

Pour trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel, la lacune est de 9 p. 100, un écart moyen par rapport aux autres compétences des directrices et directeurs de maisons de disques. Des 9 p. 100 de répondants qui ont dit avoir besoin de cette compétence, environ un cinquième (19 p. 100) ont dit s'attendre à l'acquérir par la formation structurée, 38 p. 100 par autoapprentissage et 81 p. 100 ont dit qu'elle pouvait s'acquérir par la formation en cours d'emploi.

Malgré un besoin de formation moyen, seulement un établissement de la Colombie-Britannique offrant une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, la Vancouver Film School, offre la formation liée à cette compétence. Au Québec, deux établissements offrent cette formation : l'École du Show-Business et l'Université McGill. Sept des huit établissements de l'Ontario offrent la formation liée à cette compétence : le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute. Cette formation est donc disponible au Canada central, mais il existe beaucoup moins de possibilités de formation en Colombie-Britannique.

Aucun répondant n'a dit qu'il avait participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel portant sur l'acquisition de cette compétence au cours de la dernière année.

### Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire

La lacune de 8 p. 100 pour cette compétence est moyenne par rapport aux autres compétences nécessaires pour les directrices et directeurs de maisons de disques. Parmi les répondants qui ont dit ne pas posséder des habiletés en administration, un peu plus d'un quart (27 p. 100) s'attendent à combler cette lacune par la formation structurée. Trente-trois pour cent des répondants croyaient que cette compétence pouvait s'acquérir par l'autoapprentissage et 80 p. 100 par la formation en cours d'emploi.

Les programmes permettant d'acquérir des habiletés en administration sont disponibles dans 11 des 14 établissements recensés : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec.

Ces établissements couvrent les trois provinces les plus peuplées du Canada. Signalons toutefois que les compétences générales en administration (par exemple, apprendre à faire les paies) peuvent être acquises dans d'autres établissements d'enseignement qui n'offrent pas une formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques. Donc, bien que la présente étude indique que 11 établissements offrent la formation permettant aux directrices et directeurs de maisons de disques d'acquérir des compétences en administration, ces compétences sont très fréquemment enseignées un peu partout au pays.

Aucun répondant n'a dit avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur l'acquisition de cette compétence au cours de la dernière année.

### Trouver et gérer les possibilités de mise en marché

Pour trouver et gérer les possibilités de mise en marché, il existe une lacune de 8 p. 100, ce qui représente une lacune moyenne par rapport aux compétences évaluées dans la présente étude. Parmi les répondants qui avaient besoin d'acquérir cette compétence, 21 p. 100 voulaient le faire par la formation structurée, 50 p. 100 par l'autoapprentissage et près des deux tiers (64 p. 100) par la formation en cours d'emploi.

Malgré la faible demande pour la formation structurée, deux des trois établissements de la Colombie-Britannique, le Capilano College et la Vancouver Film School offrent la formation liée à cette compétence. Sept des huit établissements de l'Ontario l'offrent aussi soit le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute ainsi que deux autres au Québec, l'École du Show-Business et l'Université McGill.

Aucun répondant n'a dit avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel permettant d'acquérir cette compétence au cours de la dernière année.

## Trouver et gérer les possibilités d'achat de services

Pour trouver et gérer les possibilités d'achat de services, la lacune est de 7 p. 100. Parmi les répondants qui ont dit devoir acquérir cette compétence, 38 p. 100 ont choisi la formation structurée comme source de formation, 31 p. 100 l'autoapprentissage et 62 p. 100 la formation en cours d'emploi.

Sur les 14 établissements offrant la formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, 13 donnent la formation nécessaire pour trouver et gérer les possibilités d'achat de services : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Aucun répondant n'a dit avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel pour acquérir cette compétence au cours de la dernière année.

## Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent

Il existe une lacune de 6 p. 100 dans la formation permettant de conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent. Parmi les répondants qui avaient besoin de cette compétence, seulement 18 p. 100 ont choisi la formation structurée comme source de formation, 43 p. 100 ont préféré l'autoapprentissage et 73 p. 100 la formation en cours d'emploi.

Peut-être en vain par rapport à la demande, 13 des 14 établissements de la présente étude offrent cette formation : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Des répondants qui avaient participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année, 8 p. 100 ont mentionné que la formation portait sur cette compétence.

## Négocier avec les fournisseurs et fabricants

Pour négocier avec les fournisseurs et les fabricants, la lacune est de 5 p. 100. Parmi les répondants qui ont dit avoir besoin de cette compétence, les trois quarts s'attendaient à l'acquérir par la formation en cours d'emploi et un quart par l'autoapprentissage. Seulement 13 p. 100 des répondants s'attendaient à ce que la formation structurée joue un rôle important pour combler les lacunes dans cette compétence.

La formation structurée permettant d'apprendre à négocier avec les fournisseurs et fabricants est disponible dans neuf des 14 établissements recensés, la proportion la plus faible de la présente étude. Parmi eux, on retrouve : la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec. Puisqu'un seul établissement offre cette formation en Colombie-Britannique et qu'à l'Université McGill il s'agit de programmes de deuxième et de troisième cycles, dans ce domaine, l'accès à la formation est plus limité que pour les autres compétences.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention

Cinq pour cent des répondants ont indiqué qu'il y avait une lacune dans la gestion des ressources financières. Toutefois, de ces 5 p. 100 aucun ne voyait la formation structurée comme source de formation pour acquérir cette compétence. La plupart des répondants (90 p. 100) pensaient que la formation en cours d'emploi ou l'expérience leur permettrait d'acquérir cette compétence et 40 p. 100 que l'autoapprentissage pourrait combler la lacune.

Les programmes permettant d'acquérir cette compétence sont offerts dans 11 des 14 établissements recensés : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec. Gérer les ressources financières n'est pas une compétence propre à l'industrie de l'enregistrement de la musique et la formation pour acquérir cette compétence est donc offerte dans des établissements d'enseignement qui n'offrent pas de formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques. De plus, puisque aucun répondant n'a proposé la formation structurée pour combler cette lacune, il semble que la formation en cours d'emploi et l'autoapprentissage soient des méthodes plus appropriées pour y arriver.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Trouver et gérer les possibilités de spectacle

Pour trouver et gérer les possibilités de spectacle, la lacune est de moyenne à faible, soit 5 p. 100. Un peu plus d'un cinquième des répondants (22 p. 100) qui avaient des besoins de formation dans ce domaine, croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements qui donnent la formation spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques, dix offraient la formation pour cette compétence : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill et l'École du Show-Business au Québec.

Sur l'ensemble des répondants qui avaient participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année (34 p. 100), seulement 2 p. 100 d'entre eux ont indiqué y avoir reçu une formation liée à cette compétence.

## Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette

Il existe une lacune de 5 p. 100 dans la formation permettant d'apprendre à incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette, une autre lacune se situant de moyenne à faible. Un tiers (33 p. 100) des répondants qui ont dit avoir des besoins dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements offrant une formation structurée spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, 13 permettent d'acquérir cette compétence : les trois établissements de la Colombie-Britannique : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School, sept des huit établissements de l'Ontario : le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute ainsi que les trois établissements du Québec : l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville.

De tous les répondants qui ont participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année (34 p. 100), 19 p. 100 ont dit avoir reçu une formation liée à cette compétence – la deuxième proportion en importance parmi les compétences évaluées.

## Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations

La lacune de 4 p. 100 dans la capacité de rechercher de nouveaux talents est relativement faible. Un quart (25 p. 100) des répondants qui ont dit avoir des besoins de formation dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Des 14 établissements offrant la formation structurée spécifique aux directrices et directeurs de maisons de disques, 13 donnaient la formation permettant d'acquérir cette compétence. Trois établissements en Colombie-Britannique : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School, sept établissements en Ontario : le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute ainsi que trois établissements au Québec : l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville offraient cette formation.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement

Pour élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement, la lacune est relativement faible, soit 4 p. 100. Quatorze pour cent des répondants qui avaient besoin d'acquérir cette compétence croyaient pouvoir le faire par la formation structurée.

Sur les 14 établissements recensés, 12 offraient la formation liée à cette compétence : deux en Colombie-Britannique : la Vancouver Film School et la Stylus Music School, sept en Ontario : le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT et le Metalworks Institute ainsi que trois au Québec : l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production

Pour réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production, la lacune est de 4 p. 100 ce qui, encore une fois, est relativement faible. Treize pour cent des répondants qui avaient des besoins de formation dans ce domaine pensaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Des 14 établissements recensés, 11 offraient la formation nécessaire pour acquérir cette compétence : un établissement en Colombie-Britannique : le Vancouver Film School, sept en Ontario : le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute ainsi que trois au Québec : l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville.

De tous les répondants qui avaient participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel au cours de la dernière année (34 p. 100), seulement 2 p. 100 ont dit avoir reçu une formation liée à cette compétence.

## Garantir les ententes contractuelles

Pour garantir les ententes contractuelle, la lacune est relativement faible, soit 4 p. 100. Près d'un tiers (29 p. 100) des répondants qui avaient des besoins de formation dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements recensés, 13 offraient la formation liée à cette compétence : trois en Colombie-Britannique : le Capilano College, la Vancouver Film School et la Stylus Music School, sept en Ontario : le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute ainsi que les trois établissements du Québec : l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Réunir une équipe de production et fournir le produit final

Pour réunir une équipe de production et fournir le produit final, la lacune est relativement faible, soit 4 p. 100. Dix-sept pour cent des répondants qui avaient des besoins de formation dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements recensés, 10 offraient la formation liée à cette compétence : le Capilano College et le Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés

Il existe une lacune relativement faible de 4 p. 100 dans la gestion des ressources humaines. Vingt-deux pour cent des répondants qui avaient des besoins de formation dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements recensés, dix offraient la formation liée à cette compétence : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'École du Show-Business au Québec (un seul des trois établissements québécois).

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

## Réserver et garantir les installations de production

Pour réserver et garantir les installations de production, la lacune est de 2 p. 100, le pourcentage le plus faible de la présente étude. Il est à signaler que la moitié (50 p. 100) des répondants qui avaient des besoins de formation dans ce domaine croyaient pouvoir les combler par la formation structurée.

Sur les 14 établissements offrant la formation spécifique pour les directrices et directeurs de maisons de disques, 13 offraient la formation liée à cette compétence : le Capilano College et la Vancouver Film School en Colombie-Britannique, le Fanshawe College, le Harris Institute, l'Institut d'enregistrement du Canada, l'OIART, le Durham College, l'IADT, l'Institut Trebas et le Metalworks Institute en Ontario ainsi que l'Université McGill, l'École du Show-Business et le Cégep de Drummondville au Québec.

Aucun répondant n'a indiqué avoir participé à des ateliers de perfectionnement professionnel portant sur cette compétence au cours de la dernière année.

**TABLEAU 41 COLOMBIE-BRITANNIQUE – OFFRES DE FORMATION STRUCTURÉE**

	Capilano College	Vancouver Film School	Stylus Music School
Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette		✓	✓
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	✓	✓	
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	✓	✓	✓
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	✓	✓	✓
Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement		✓	✓
Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production		✓	
Garantir les ententes contractuelles	✓	✓	✓
Réserver et garantir les installations de production	✓	✓	
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	✓	✓	
Négocier avec les fournisseurs et fabricants		✓	
Élaborer une stratégie de distribution numérique		✓	✓
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	✓	✓	✓
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	✓	✓	✓
Garantir la distribution numérique et physique du produit	✓	✓	
Garantir les ententes de production sous licence	✓	✓	✓
Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges		✓	✓
Exploiter les nouvelles technologies	✓	✓	✓
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	✓	✓	
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	✓	✓	
Gérer les technologies de l'information	✓	✓	✓
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	✓	✓	
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	✓	✓	
Trouver et gérer les possibilités de publication	✓	✓	✓
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	✓	✓	
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel		✓	
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	✓	✓	
Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette	✓	✓	✓

**TABLEAU 42 ONTARIO – OFFRES DE FORMATION STRUCTURÉE**

	Fanshawe College	Harris Institute	RAC	OIART	Durham College	IADT	Institut Trebas	Metal-works Institute
Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Élaborer des stratégies de financement : soumettre des demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Garantir les ententes contractuelles	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Réserver et garantir les installations de production	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Réunir une équipe de production et fournir le produit final	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Élaborer une stratégie de distribution numérique	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, de temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Garantir la distribution numérique et physique du produit	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Garantir les ententes de production sous licence	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓

*Tableau 42 (suite)*

Exploiter les nouvelles technologies	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gérer les ressources financières : budgétisation allocation de fonds et gestion des demandes de subvention		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Gérer les technologies de l'information	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Trouver et gérer les possibilités de publication	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	✓	✓			✓	✓	✓	✓
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓

**TABLEAU 43 QUÉBEC – OFFRES DE FORMATION STRUCTURÉE**

	Université McGill *	École du Show-Business	Cégep de Drummondville
Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette		✓	✓
Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	✓	✓	✓
Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	✓	✓	✓
Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	✓	✓	✓
Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement	✓	✓	✓
Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production	✓	✓	✓
Garantir les ententes contractuelles	✓	✓	✓
Réserver et garantir les installations de production	✓	✓	✓
Réunir une équipe de production et fournir le produit final		✓	✓
Négocier avec les fournisseurs et fabricants	✓	✓	
Élaborer une stratégie de distribution numérique	✓	✓	
Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique		✓	✓
Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	✓	✓	✓
Garantir la distribution numérique et physique du produit	✓	✓	✓
Garantir les ententes de production sous licence	✓	✓	✓
Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges		✓	✓
Exploiter les nouvelles technologies	✓	✓	✓
Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	✓	✓	
Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	✓	✓	
Gérer les technologies de l'information	✓	✓	✓
Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés		✓	
Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	✓	✓	
Trouver et gérer les possibilités de publication	✓	✓	
Trouver et gérer les possibilités de spectacle	✓	✓	
Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	✓	✓	
Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	✓	✓	✓
Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette	✓	✓	✓

\* McGill offre un programme de maîtrise et un programme de doctorat. Les réponses indiquent que la compétence peut être acquise dans l'un ou l'autre des programmes, parfois dans les deux.

## Profil des répondants

### Répartition par province

Le tableau 44 ci-dessous montre la répartition par province des répondants qui ont participé à l'enquête. Nous avons interviewé des directrices et directeurs de maisons de disques de l'ensemble des dix provinces, du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Un quart des répondants (26 p. 100) provenaient de l'Ontario, un cinquième (21 p. 100) de la Colombie-Britannique et 18 p. 100 du Québec.

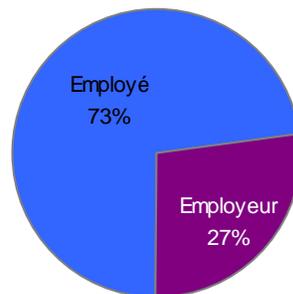
**TABLEAU 44 RÉPARTITION DES RÉPONDANTS PAR PROVINCE**

Province	%
Ontario	26 %
Colombie-Britannique	21 %
Québec	18 %
Saskatchewan et Territoires	13 %
Manitoba	9 %
Alberta	5 %
Nouveau-Brunswick	4 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve	1 %

### Employeur ou employé

Les répondants indiquaient s'ils étaient des employés ou des employeurs (voir le tableau 45 ci-dessous). Près des trois quarts des répondants (73 p. 100) ont indiqué qu'ils étaient des employées ou employés tandis que les autres, soit (27 p. 100) ont dit être des employeurs.

**TABLEAU 45 RÉPONDANTS PAR SECTEUR**



## Catégorie de maisons de disques

Les répondants indiquaient dans quelle catégorie de maison de disques ils travaillaient (voir le tableau 46 ci-dessous). La très grande majorité des répondants (96 p. 100) travaillaient dans des maisons de disques indépendantes.

**TABLEAU 46 TYPE DE MAISON DE DISQUES**

Étiquette	%
Étiquette indépendante	96 %
Grande maison de disques ( <i>major</i> )	2 %
Autre	1 %

**Note :** Le total des pourcentages n'est peut-être pas de 100 p. 100 parce que les chiffres ont été arrondis. Données provenant de la question 3.

## Titre de l'emploi

On demandait aux répondants de donner, dans leurs propres mots, le titre de l'emploi qu'ils occupaient. Sept répondants sur dix (69 p. 100) se définissaient comme propriétaires, copropriétaires, présidentes ou présidents, chefs de la direction ou partenaires. Environ deux répondants sur dix occupaient un poste de vice-présidente ou vice-président, directrice ou directeur général ou encore directrice ou directeur des opérations. L'autre catégorie était constituée principalement de directrices et directeurs de maisons de disques, de productrices ou de producteurs et de personnes occupant des postes en commercialisation.

**TABLEAU 47 TITRES DES RÉPONDANTS**

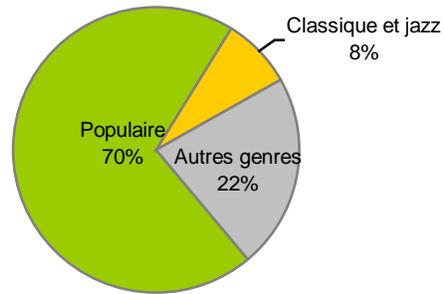
Catégories de titres	%
Propriétaire, copropriétaire, président, chef de la direction ou partenaire	69 %
Vice-président, directeur général ou directeur des opérations	19 %
Autre	12 %

**Note :** Données provenant de la question 4.

## Principaux genres de musique

Le tableau 48 montre le genre de musique que distribue la maison de disques. Nous les avons réparties en trois grandes catégories : populaire, classique et jazz ainsi que autre et variée. La musique populaire compte pour 70 p. 100 des maisons de disques, la musique classique et le jazz pour 8 p. 100 et d'autres genres de musique variée pour 22 p. 100. Le tableau 49 ci-dessous donne de plus amples renseignements sur ces catégories.

**TABLEAU 48 INDUSTRIE DE LA MUSIQUE PAR GENRE**



Note : Données provenant de la question 5.

**TABLEAU 49 MAISONS DE DISQUES PAR GENRE**

Genre		Sous-genre	Pourcentage	Pourcentage
Genres populaires	Rock et rock & roll	Rock et rock & roll	10 %	19 %
		Rockabilly et roots	5 %	
		Rock alternatif et indie	3 %	
		Hard rock et heavy metal	1 %	
	Folk			7 %
	Country			13 %
	Musique du monde et musique ethnique	Autochtone	1 %	5 %
		Musique du monde	3 %	
		Autre musique du monde	1 %	
	Pop			12 %
	Blues			2 %
	Enfants et famille			2 %
	Adulte contemporain et musique de détente			2 %
	Électronique			3 %
	Rap et hip hop			2 %
Funk, R&B et soul			1 %	
Disco, club et danse			1 %	
Classique et jazz	Classique	2 %	8 %	
	Jazz	5 %		
	Autre classique	1 %		
Divers	Musique variée en tous genres	18 %	22 %	
	Écriture et composition	1 %		
	Spiritual, Christian et gospel	1 %		
	Théâtre musical ou théâtre de performance	1 %		
	Autre	1 %		

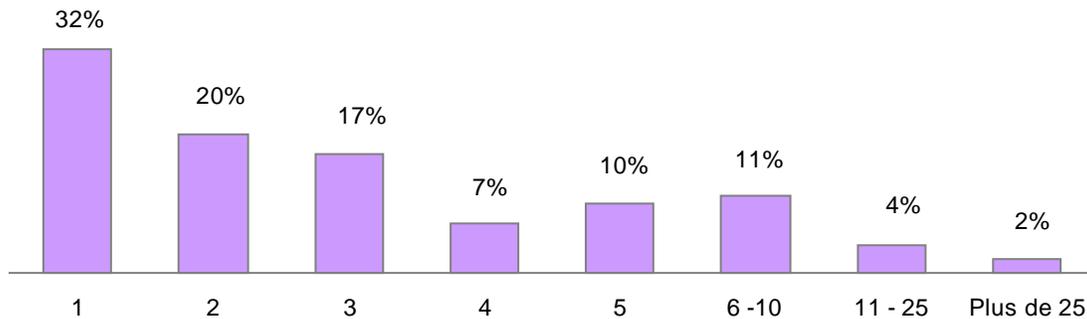
Note : Le total des pourcentages n'est peut-être pas de 100 p. 100 parce que les chiffres ont été arrondis. Données provenant de la question 5.

## Taille de l'entreprise

**kisquared** a demandé à tous les répondants d'indiquer combien d'employés, en moyenne, avaient travaillé dans l'entreprise au cours de la dernière année. Comme le montre le tableau 50 ci-dessous, la plus grande cohorte de répondants (32 p. 100) sont des travailleuses et travailleurs autonomes dans une entreprise d'une seule personne et 20 p. 100 des répondants travaillent dans des entreprises de deux employés.

La moyenne générale d'employés par entreprise est de 4,71. La médiane est de deux.

**TABEAU 50 TAILLE DE L'ENTREPRISE**



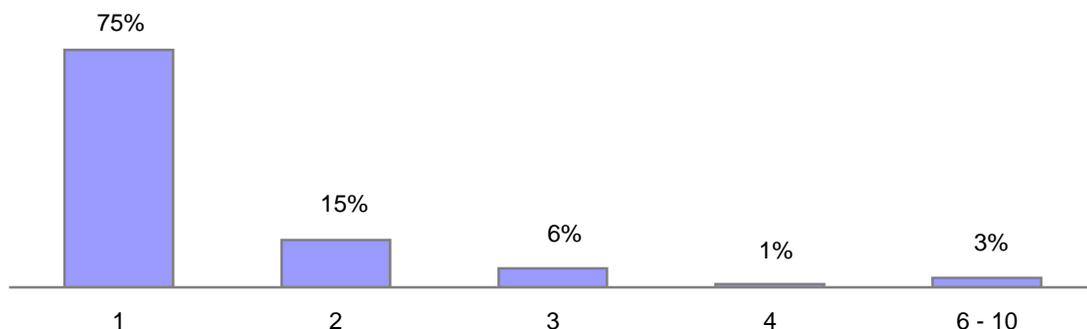
Note : Le total des pourcentages peut dépasser 100 p. 100 parce que les chiffres ont été arrondis. Données provenant de la question 6.

On demandait à tous les répondants d'indiquer combien de leurs employés ils considéraient comme des directrices et directeurs de maisons de disques – c'est-à-dire celles et ceux qui effectuaient des tâches opérationnelles ou de gestion dans la maison de disques. Le tableau 51 montre les résultats.

La plupart des répondants (75 p. 100) ont indiqué que leur firme n'avait qu'une seule directrice ou un seul directeur de maison de disques. Parmi les autres répondants, 15 p. 100 des firmes en avaient deux et 6 p. 100 en avaient trois. Seulement 4 p. 100 de l'ensemble des répondants ont indiqué que leur firme employait quatre directrices ou directeurs ou davantage.

La moyenne générale est de 1,50 directrice ou directeur par entreprise. La médiane est de un.

**TABEAU 51 NOMBRE DE DIRECTRICES OU DIRECTEURS PAR ENTREPRISE**



Note : Le total des pourcentages n'est peut-être pas de 100 p. 100 parce que les chiffres ont été arrondis. Données provenant de la question 7.

## Type d'emploi

On demandait aux répondants qui se classaient dans la catégorie des employeurs d'indiquer le type d'emploi qu'occupaient les directrices et directeurs qu'ils employaient – permanent à plein temps, permanent à temps partiel, contrat par contrat ou autre. Le tableau 52 montre les résultats.

La plupart des employeurs ont indiqué que leurs directrices et directeurs de maisons de disques occupaient des postes à plein temps (66 p. 100).

**TABLEAU 52 CONDITIONS D'EMPLOI DES DIRECTRICES ET DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES – EMPLOYEURS**

Emploi	%
Permanent à plein temps	66 %
Contrat par contrat	19 %
Permanent à temps partiel	12 %
Autre	3 %

Note : Données provenant de la question 8.

On demandait également aux employés de décrire leur type d'emploi à l'aide des mêmes catégories. Un peu plus de la moitié des employés occupaient des postes à plein temps et environ un quart des postes permanents à temps partiel. Comme dans le cas des employeurs, la proportion d'employés travaillant contrat par contrat est d'environ un sur cinq.

**TABLEAU 53 CONDITIONS D'EMPLOI DES DIRECTRICES ET DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES – EMPLOYÉS**

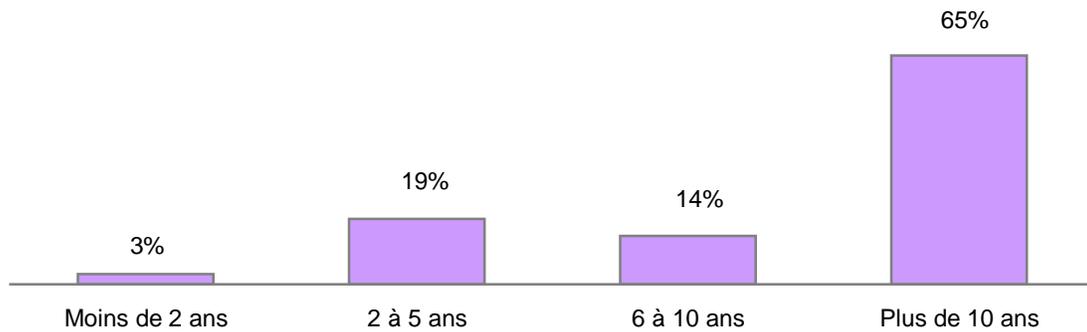
Emploi	%
Permanent à plein temps	53 %
Permanent à temps partiel	26 %
Contrat par contrat	20 %
Autre	1 %

Note : Données provenant de la question 9.

## Durée de la participation active au sein de l'industrie

On demandait à tous les répondants d'indiquer depuis combien de temps ils étaient actifs dans l'industrie de l'enregistrement sonore. Presque les deux tiers des répondants (65 p. 100) ont dit qu'ils étaient dans l'industrie depuis plus de dix ans et environ un cinquième (22 p. 100) qu'ils y étaient actifs depuis cinq ans ou moins (voir le tableau 54).

**TABLEAU 54 DURÉE DE LA PARTICIPATION ACTIVE AU SEIN DE L'INDUSTRIE DE L'ENREGISTREMENT SONORE**



Note : Le total des pourcentages n'est peut-être pas de 100 p. 100 parce que les chiffres ont été arrondis.  
Données provenant de la question 14.

## Annexe A – Données marginales

SECTEUR : Employé.....73 p. 100    Employeur..... 28 p. 100

PROVINCE : C.B..... 21 p. 100    Alb. .... 5 p. 100    Sask./Terr. 13 p. 100    Man. .... 9 p. 100

Ont..... 26 p. 100    Qc..... 18 p. 100    N.B..... 4 p. 100    N.É..... 3 p. 100    I.-P.-É./T.N. 1 p. 100

NOM DE L'EMPLOYÉ : \_\_\_\_\_

EMPLOYEUR : \_\_\_\_\_    ENTREPRISE : \_\_\_\_\_

TÉLÉPHONE : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_    POSTE : \_\_\_\_\_

Puis-je parler à \_\_\_\_\_ ?

**MESSAGE POUR RÉPONDEUR :** Bonjour, je vous appelle au nom du Conseil des ressources humaines du secteur culturel au sujet d'une enquête. On nous a dit que vous travailliez activement dans l'industrie du disque. J'apprécierais grandement que vous me rappeliez au 1-888-950-8002. Je fais une recherche au nom du CRHSC et il ne s'agit pas d'un appel pour vous vendre quelque chose. J'espère pouvoir vous parler bientôt. Vous pouvez donc me rejoindre au 204-989-8002 ou sans frais au 1-888-950-8002. Merci !

Bonjour, je m'appelle \_\_\_\_\_ et je vous téléphone au nom du Conseil des ressources humaines du secteur culturel au sujet d'une enquête sur la formation des directrices et directeurs de maisons de disques. Nous aimerions discuter de l'industrie du disque avec des personnes qui y travaillent et nous désirons parler à quelqu'un qui peut décrire sa propre expérience dans l'acquisition de compétences et la formation. Correspondez-vous à ce que nous cherchons ? **SI NON, QUI SERAIT LA BONNE PERSONNE POUR RÉPONDRE À NOS QUESTIONS ? ENREGISTRER LES COORDONNÉES.**

**SI OUI :** Répondre au questionnaire ne devrait prendre qu'une douzaine de minutes de votre temps – avez-vous le temps d'y répondre maintenant ? **SI NON, DEMANDER S'IL Y AURAIT UN MEILLEUR MOMENT POUR RAPPELER ET PRENDRE RENDEZ-VOUS.**

Avant de commencer, je voudrais vous assurer que l'information ne sera jamais transmise à une agence gouvernementale et que tous les renseignements recueillis demeureront strictement confidentiels. Nous garantissons l'anonymat. Nous vous poserons des questions sur votre propre expérience, mais votre nom ou celui de votre entreprise ne pourra être relié aux résultats de la recherche. Le rapport soumis au CRHSC ne portera que sur l'ensemble des résultats.

kisquared



**Q1 [QUALIFICATION – DIRECTRICE OU DIRECTEUR DE MAISON DE DISQUES]** Êtes-vous une personne qui effectue des tâches opérationnelles ou de gestion dans une maison de disques ?

Oui ..... 99 %  
 Non..... 1 %  
 Ne sait pas / Refuse de répondre..... 0 % **TERMINER**

**Q2 [QUALIFICATION EN TANT QU’EMPLOYEUR]** Employez-vous des personnes qui effectuent des tâches opérationnelles ou de gestion dans votre maison de disques ?

Oui ..... 30 % **EMPLOYEUR**  
 Non..... 70 % **NON=**  
 Ne sait pas / Refuse de répondre..... 0 % **TERMINER**

**Q3** Pouvez-vous me dire quel type de maison de disques vous possédez **[EMPLOYEUR]** / dans quel type de maison de disques vous travaillez **[EMPLOYÉ]** ? Maison de disques indépendante ou grande maison de disques (*major*) ?

Maison de disques indépendante ..... 96 %  
 Grande maison de disques ..... 2 %  
 Autre ..... 1 %  
 Ne sait pas / Refuse de répondre ..... 0 %

**Q4** Quel est le titre de votre poste ?

---

**Q5** Quel genre de musique votre maison de disques produit-elle ?

---

**Q6** Au cours de la dernière année, combien d’employés, en moyenne, ont travaillé dans votre maison de disques ?

\_\_\_\_\_ **NE SAIT PAS OU REFUS – ENTRER 99999**

**Q7** Parmi ces employés, combien en considérez-vous comme des directrices et directeurs de maisons de disques – une personne qui effectue des tâches opérationnelles ou de gestion dans la maison de disques ?

\_\_\_\_\_ **NE SAIT PAS OU REFUS – ENTRER 999**

Q8 **[EMPLOYEUR]** Diriez-vous que les directrices et directeurs de maisons de disques que vous employez occupent des postes à plein temps, à temps partiel, contrat par contrat ou autre ?

Permanent à plein temps ..... 66 %  
Permanent à temps partiel ..... 12 %  
Contrat par contrat ..... 19 %  
Autre ..... 3 %  
Ne sait pas / Refuse de répondre ..... 0 %

Q9 **[EMPLOYÉ]** Occupez-vous un emploi à plein temps, à temps partiel ou travaillez-vous contrat par contrat ou autre ?

Permanent à plein temps ..... 53 %  
Permanent à temps partiel ..... 26 %  
Contrat par contrat ..... 20 %  
Autre ..... 1 %  
Ne sait pas / Refuse de répondre ..... 0 %

**PASSER AUX COMPÉTENCES PUIS ALLER À LA Q10**

[EMPLOYEUR] Voici maintenant une liste des compétences dont se servent les directrices et directeurs de maisons de disques. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire si les directrices et directeurs que vous employez possèdent déjà cette compétence, ne l'ont pas encore mais pourraient en avoir besoin dans l'avenir ou n'en auront jamais besoin.

[EMPLOYÉ] Voici maintenant une liste des compétences dont se servent les directrices et directeurs de maisons de disques. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire si vous possédez déjà cette compétence, ne l'avez pas encore mais pourriez en avoir besoin dans l'avenir ou n'en aurez jamais besoin.

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE				
						Où avez-vous acquis cette compétence ?				Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
						Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto- apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus
1) Établir une vision, une stratégie d'affaires et le positionnement de l'étiquette	77 %	10 %	1 %	11 %	1 %	57 %	65 %	15 %	3 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____				
2) Élaborer des stratégies de financement : soumettre les demandes de subvention, trouver et gérer les investisseurs	73 %	12 %	1 %	14 %	1 %	63 %	56 %	10 %	6 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____				
3) Rechercher de nouveaux talents : analyse de démos, auditions, contrats avec des artistes et relations	80 %	3 %	1 %	16 %	1 %	66 %	57 %	7 %	0 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____				

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE
						Où avez-vous acquis cette compétence ? Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
	Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto- apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus	
4) Conceptualiser les projets et raffiner l'image de l'artiste pour exploiter le talent	83 %	4 %	2 %	11 %	1 %	65 %	56 %	6 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
5) Élaborer une stratégie globale pour un projet d'enregistrement	92 %	3 %	1 %	5 %	0 %	65 %	59 %	7 %	0 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
6) Réunir une équipe de production et évaluer les exigences de la production	86 %	1 %	3 %	10 %	0 %	66 %	57 %	7 %	0 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
7) Garantir les ententes contractuelles	77 %	2 %	1 %	19 %	1 %	65 %	54 %	11 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
8) Réserver et garantir les installations de production	89 %	1 %	1 %	8 %	1 %	69 %	56 %	6 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
9) Réunir une équipe de production et fournir le produit final	84 %	1 %	3 %	12 %	0 %	69 %	56 %	4 %	2 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE
						Où avez-vous acquis cette compétence ? Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
	Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto- apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus	
10) Négocier avec les fournisseurs et fabricants	83 %	1 %	3 %	12 %	1 %	70 %	51 %	5 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
11) Élaborer une stratégie de distribution numérique	53 %	20 %	3 %	23 %	1 %	60 %	48 %	9 %	5 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
12) Élaborer une stratégie de commercialisation pour l'étiquette : stratégies de commercialisation par Internet et couverture médiatique	69 %	14 %	3 %	13 %	1 %	57 %	55 %	9 %	4 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
13) Faire la promotion des artistes : production de vidéoclips, temps d'antenne à la radio et tournées de promotion	73 %	7 %	3 %	17 %	1 %	66 %	54 %	4 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
14) Garantir la distribution numérique et physique du produit	64 %	12 %	2 %	20 %	1 %	70 %	47 %	5 %	3 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE
						Où avez-vous acquis cette compétence ? Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
	Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto- apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus	
15) Garantir les ententes de production sous licence	74 %	6 %	2 %	17 %	1 %	65 %	57 %	5 %	2 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
16) Profiter des droits voisins et des cotisations sur les cassettes vierges	45 %	15 %	1 %	34 %	5 %	59 %	42 %	8 %	13 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
17) Exploiter les nouvelles technologies	69 %	12 %	2 %	15 %	2 %	60 %	55 %	7 %	3 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
18) Gérer les ressources financières : budgétisation, allocation de fonds et gestion des demandes de subvention	88 %	2 %	2 %	8 %	0 %	65 %	54 %	14 %	0 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
19) Posséder des habiletés en administration : calculer les redevances, faire les paies, administrer les bureaux et le matériel et contrôler l'inventaire	79 %	6 %	2 %	12 %	1 %	69 %	51 %	11 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE
						Où avez-vous acquis cette compétence ? Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
	Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto-apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus	
20) Gérer les technologies de l'information	71 %	7 %	3 %	17 %	2 %	59 %	56 %	7 %	2 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
21) Gérer les ressources humaines : descriptions d'emploi, recrutement, formation et évaluation du rendement des employés	66 %	3 %	1 %	28 %	1 %	66 %	52 %	13 %	0 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
22) Trouver et gérer les possibilités de mise en marché	78 %	6 %	2 %	13 %	1 %	66 %	57 %	7 %	2 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
23) Trouver et gérer les possibilités de publication	72 %	9 %	1 %	18 %	1 %	68 %	52 %	7 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
24) Trouver et gérer les possibilités de spectacle	74 %	4 %	1 %	21 %	1 %	69 %	56 %	5 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
25) Trouver et gérer les revenus liés à l'audiovisuel	62 %	8 %	1 %	28 %	1 %	67 %	56 %	9 %	2 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____

	Compétence déjà acquise, besoin de cette compétence, pas nécessaire					DÉJÀ ACQUISE OU BESOIN				FORMATION STRUCTURÉE
						Où avez-vous acquis cette compétence ? Où pensez-vous l'acquérir ?				ACQUISE ... Où avez-vous reçu la formation structurée ? BESOIN... Où vous attendez-vous à acquérir cette compétence
	Acquise	Besoin	Acquise et besoin	Inutile	Ne sait pas Refus	En cours d'emploi	Auto-apprentissage	Formation structurée	Ne sait pas Refus	
26) Trouver et gérer les possibilités d'achat de services	72 %	6 %	1 %	18 %	3 %	64 %	55 %	8 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____
27) Incorporer efficacement les droits d'auteur à la stratégie d'affaires de l'étiquette  <b>ALLER À LA Q10</b>	75 %	4 %	1 %	18 %	2 %	69 %	49 %	6 %	1 %	Établissement _____ Programme _____ Durée _____

Q10 Nous vous avons posé des questions sur une série de compétences spécifiques aux directrices et directeurs de maisons de disques. En tenant compte de ce qu'ils font, pensez-vous à d'autres compétences ou à d'autres formations que nous aurions oubliées ou qui pourraient être nécessaires dans l'avenir ? **POSER D'AUTRES QUESTIONS SI NÉCESSAIRE**

---

Q11 Nous vous avons également posé plusieurs questions sur l'endroit où les directrices et directeurs de maisons de disques ont acquis leurs compétences – en cours d'emploi, autoapprentissage, formation structurée. D'après vous, existe-t-il d'autres moyens d'acquérir les compétences dont vous avez besoin pour effectuer votre travail ? **POSER D'AUTRES QUESTIONS SI NÉCESSAIRE**

---

Q12 Au cours de la dernière année, avez-vous participé à une conférence ou à un atelier de perfectionnement professionnel sur la direction d'une maison de disques ? Sur quelle compétence ou quel ensemble de compétences portait le perfectionnement professionnel ? Qui offrait la formation ?

Oui..... 34 %  
 Non..... 65 %  
 Compétence .....  
 Nom du programme ...  
 Ne sait pas / refuse de répondre ..... 1 %

Q13 Quelles sont les trois premières lettres de votre code postal ?

— — —

Q14 Depuis combien de temps êtes-vous actif dans l'industrie de l'enregistrement sonore ?

Moins de 2 ans ..... 3 %  
 2 à 5 ans ..... 19 %  
 6 à 10 ans ..... 14 %  
 Plus de 10 ans..... 65 %

Q15 Puisque l'un des objectifs de l'étude est de consulter un échantillon représentatif de directrices et directeurs de maisons de disques au Canada, pourriez-vous nous donner des noms et des numéros de téléphone d'autres personnes ou entreprises que nous ne connaissons pas et que nous pourrions inclure dans notre étude ?

**VÉRIFIEZ LA BASE DE DONNÉES ET ENTREZ LES NOMS QUI N'EN FONT PAS DÉJÀ PARTIE.**

Nom \_\_\_\_\_ Tél. : \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
Nom \_\_\_\_\_ Tél. : \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
Nom \_\_\_\_\_ Tél. : \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
Nom \_\_\_\_\_ Tél. : \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Ceci conclut le questionnaire. Merci beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer. Mon superviseur pourrait vous téléphoner pour bien vérifier que vous avez participé à l'enquête.

## Annexe B – Offres de formation spécifiques pour les directrices et directeurs de maisons de disques

### Renseignements sur les programmes

La plupart des universités du pays offrent des programmes de musique menant à différents diplômes. Certains de ces programmes peuvent inclure des éléments de son et d'enregistrement en studio (selon le choix de cours de l'étudiante ou de l'étudiant). Toutefois, les programmes de musique des universités portent surtout sur l'interprétation de la musique plutôt que sur les compétences en gestion représentées dans la charte de compétences des directrices et directeurs de maisons de disques. Bien que certains de ces programmes comportent de la formation en gestion, elle est généralement orientée sur la gestion d'une carrière d'artiste.

Un survol des programmes des cégeps du Québec nous a permis de découvrir un certain nombre de programmes en Techniques professionnelles de musique et de chanson dans quelques établissements (le Collège Lionel Groulx, le Cégep régional de Lanaudière, le Cégep Marie-Victorin, le Cégep Saint-Laurent et le Cégep Vanier), mais encore une fois, ces programmes portent surtout sur l'interprétation, les instruments, la technologie de la musique et offrent des cours sur la musique commerciale, le jazz et la musique de studio, mais pas sur la direction d'une maison de disques.

De même, certains collèges offrent une formation liée à un aspect de l'industrie de la musique comme l'enregistrement sonore, par exemple, mais peu de formation ou pas du tout permettant d'acquérir les compétences dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques. D'autres collèges offrant des programmes généraux de commerce, donnent de la formation dans plusieurs compétences générales dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques comme la gestion des finances ou l'élaboration de stratégies de financement, mais rien dans les domaines spécifiques à l'industrie de l'enregistrement comme la production et la distribution. Aux fins de la présente étude, nous nous sommes concentrés sur les programmes de l'industrie de la musique ou du commerce permettant d'acquérir les compétences spécifiques aux directrices et directeurs de maisons de disques. Le sommaire des renseignements sur les programmes couvre des universités, des collèges et des cégeps de Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec.

Voici de brèves descriptions des programmes et du contenu ainsi que les adresses Internet de 14 établissements offrant une formation spécifique permettant aux directrices et directeurs de maisons de disques d'acquérir les compétences spécifiques dont ils ont besoin.

## Colombie-Britannique

### *Capilano College*

Le département de la gestion des arts et du divertissement du Capilano College offre deux programmes d'études : un programme d'un an (certificat) et un programme de deux ans (diplôme). Ces programmes portent sur l'ensemble des aspects commerciaux de l'industrie des arts et du divertissement, principalement sur l'artiste, la gestion de tournées, la commercialisation, le développement des ressources, la production et la gestion des ressources financières.

<http://www.capcollege.bc.ca/programs/arts-entertainment/about.html>

### *Stylus Music School*

Située à Vancouver, la Stylus Music School se spécialise en éducation musicale et en formation sur la carrière. Elle offre un certain nombre de programmes, mais ceux qui intéressent le plus les directrices et directeurs de maisons de disques sont la maîtrise en production et en technologie de la musique, la production indépendante de musique et la gestion commerciale de la musique. Stylus offre également des cours en ligne aux étudiantes et étudiants ainsi qu'un service de placement et des stages pour aider les étudiantes et étudiants.

<http://www.stylusmusicschool.com/>

### *Vancouver Film School*

Le programme de gestion commerciale du divertissement permettant, après deux ans, d'obtenir un diplôme de la Vancouver Film School sera lancé en février 2006. Ce programme est conçu pour enseigner aux étudiantes et étudiants le volet affaires de l'industrie du divertissement, particulièrement l'industrie de la musique, combiné à l'étude de l'économie, du droit et des communications.

<http://www.vfs.com/>

## Ontario

### *Durham College*

Situé à Oshawa, le Durham College offre deux programmes de formation pour l'industrie du divertissement : administration du divertissement (deux ans) et gestion commerciale de la musique (trois ans). Les deux programmes portent sur l'industrie de la musique et permettent aux étudiantes et étudiants de poursuivre une carrière dans l'industrie de l'enregistrement par l'acquisition de compétences en gestion, en commercialisation, en promotion et en gestion de petites entreprises.

<http://www.durhamcollege.ca/>

kisquared



### ***Fanshawe College***

Au Fanshawe College, les étudiantes et étudiants peuvent obtenir, en deux ans, un diplôme en arts de l'industrie de la musique et faire une troisième année spécialisée en applications numériques. Ce programme permet aux étudiantes et étudiants de mieux comprendre l'industrie contemporaine du son et le programme d'études leur permet de se familiariser avec les médias professionnels et les installations d'enregistrement. Le programme est offert depuis 30 ans et c'est le plus ancien du genre au Canada. Les installations du Fanshawe College se retrouvent à London, Simcoe, St. Thomas, Strathroy, Woodstock et Tillsonburg.

<http://www.fanshawec.on.ca/programs/mia2.asp>

### ***Harris Institute for the Arts***

Le Harris Institute, situé à Toronto, offre un programme général complet préparant les étudiantes et étudiants à une carrière dans l'industrie de la musique. Plusieurs programmes d'études sont disponibles. Le Recording Industry Orientation (RIO) Program donne aux étudiantes et étudiants un aperçu de l'industrie de la musique et porte principalement sur la créativité et sur les compétences en technologie et en affaires ce qui leur permet d'être admis à la formation spécialisée [Recording Arts Management (RAM) ou Producing/Engineering Program (PEP)]. Le programme Recording Arts Management permet aux étudiantes et étudiants qui veulent faire carrière en gestion dans l'industrie de la musique d'acquérir les compétences nécessaires. Les Producing/Engineering Programs enseignent aux étudiantes et étudiants les aspects artistiques, technologiques et commerciaux de la production musicale afin de les préparer à entreprendre une carrière dans l'industrie de l'enregistrement sonore.

<http://www.harrisinstitute.com/>

### ***International Academy of Design and Technology (IADT)***

Situé à Toronto, l'International Academy of Design and Technology offre un programme d'un an en gestion commerciale du divertissement. Le programme est offert conjointement avec la Toronto Film School. Le programme d'études est conçu pour préparer les étudiantes et étudiants à entreprendre une carrière dans l'industrie de la musique et la formation porte principalement sur les communications, les techniques de gestion et la résolution de problèmes.

<http://www.iadt.ca/programs/>

### ***Metalworks Institute of Sound and Music Production***

Le programme de gestion commerciale du divertissement du Metalworks Institute forme les étudiantes et étudiants aux aspects commerciaux de l'industrie de la musique. Le programme d'études porte sur la commercialisation, la comptabilité, l'informatique et les cours spécifiques à l'industrie. L'établissement est situé à Mississauga et le programme qui dure un an peut être divisé en trois périodes de quatorze semaines pour un total de plus de 1 000 heures de formation.

<http://www.metalworksinstitute.com/welcome/welcome.aspx>

kisquared



### ***Ontario Institute of Audio Recording Technology (OIART)***

Situé à London, l'Ontario Institute of Audio Recording Technology offre un programme de 11 mois en enregistrement sonore portant principalement sur les aspects théoriques et techniques de l'enregistrement et il s'agit d'un programme pratique où les étudiantes et étudiants passent du temps dans le studio d'enregistrement. Bien qu'il se concentre surtout sur la technique, le programme d'études porte sur d'autres compétences intéressantes pour les directrices et directeurs de maisons de disques comme la garantie des ententes sous licence.

<http://www.oiart.org/>

### ***Institut d'enregistrement sonore du Canada***

Avec des collèges à Toronto et Montréal, l'Institut d'enregistrement sonore du Canada offre une formation en musique numérique et en enregistrement sonore. Le programme de Montréal est offert en demi-journées pendant une période de 11 mois et celui de Toronto se donne à plein temps sur une période de neuf mois. Le programme vise principalement à acquérir des compétences en production sonore numérique, en enregistrement, en conception sonore assistée par ordinateur, en électro-acoustique, en technologie MIDI de la musique en post-audio ainsi qu'en mixage et enregistrement de son ambiant.

<http://www.recordingarts.com/>

### ***Institut Trebas***

Les campus de Toronto et de Montréal de l'Institut Trebas offrent un programme de neuf mois en gestion du divertissement. Le programme prépare les étudiantes et étudiants à une carrière dans l'industrie du divertissement et met beaucoup l'accent sur l'industrie de la musique. Il s'agit d'un programme pratique comprenant un stage.

<http://www.trebas.com/>

Québec

### ***École du Show-Business***

L'École du Show-Business de Montréal offre un programme intitulé Agent de commercialisation en développement artistique. Le programme mène à une Attestation d'études collégiales (AEC). Le programme dure 540 heures réparties en trois sessions de 15 semaines et est disponible en français seulement. Le cours n'est pas conçu spécifiquement pour les directrices et directeurs de maisons de disques, mais plusieurs des compétences apprises s'appliquent à ce métier.

Les étudiantes et étudiants peuvent acquérir de nombreuses compétences allant des fondements du commerce à l'analyse du secteur culturel, y compris les analyses de marché, les finances, la loi, la gestion des budgets, la gestion de projets, les techniques de vente et la promotion auprès des médias.

<http://www.ecoledushowbusiness.com/>

kisquared



## *Université McGill*

Le programme d'enregistrement sonore de l'Université McGill de Montréal offre deux programmes d'études : une maîtrise (deux ans) et un doctorat en enregistrement sonore. Ces programmes sont principalement conçus pour les musiciennes et les musiciens professionnels et leur permettent d'acquérir des compétences liées à l'industrie de l'enregistrement et des médias. Ces programmes permettent aux musiciennes et aux musiciens professionnels d'obtenir un diplôme en enregistrement sonore dans un environnement universitaire.

<http://www.music.mcgill.ca/soundrec/>

## Perfectionnement professionnel

Cette partie donne une brève description des conférences, des ateliers et des séminaires de perfectionnement professionnel organisés ou offerts par les organismes provinciaux de l'ensemble du pays (basée sur les renseignements disponibles sur les sites Web des organismes).

### Organismes provinciaux

#### *Music BC*

Music BC ou Pacific Music Industry Association (PMIA) est un organisme sans but lucratif qui soutient et fait la promotion de l'esprit, du développement et de la croissance du milieu de la musique de la Colombie-Britannique, tant au niveau provincial et national qu'international. Music BC offre de la formation, des ressources, des services de défense des droits, des possibilités de financement, du réseautage et des forums de communication.

Music BC organise des séminaires sur le cheminement de carrière dans l'industrie de la musique, mais ces séminaires ne sont habituellement offerts qu'une seule fois et il arrive parfois que le sujet peut porter sur les compétences dont ont besoin les directrices et directeurs de maisons de disques.

[www.musicbc.org](http://www.musicbc.org)

#### *Music Yukon*

Music Yukon ou Recording Arts Industry Yukon Association (RAIYA) fait la promotion des besoins de formation en affaires au nom des artistes et de l'industrie de la musique dans son ensemble et favorise la programmation éducative et le mentorat pour les nouveaux venus dans l'industrie de la musique.

Music Yukon offre un centre de ressources en ligne et organise des ateliers et des rencontres de spécialistes sur différents sujets.

[www.music Yukon.com](http://www.music Yukon.com)

kisquared



### ***Saskatchewan Recording Industry Association (SRIA)***

Créée en 1987, la SRIA est un organisme sans but lucratif qui se consacre au développement et à la promotion de l'industrie de la musique et de l'enregistrement sonore en Saskatchewan. La SRIA vise à donner de la formation en matière d'emploi, créer des partenariats et offrir du mentorat pour favoriser le cheminement de carrière au sein de l'industrie de la musique.

La SRIA organise des ateliers et des séminaires, mais ils semblent s'adresser plutôt aux artistes et aux musiciens professionnels qu'aux directrices et directeurs de maisons de disques. La SRIA prévoit, par exemple, un atelier d'écriture de chansons pour l'année 2006, une compétence dont ont plus besoin les artistes que les directrices et directeurs de maisons de disques.

[www.saskrecording.ca](http://www.saskrecording.ca)

### ***Manitoba Audio Recording Industry Association (MARIA)***

Créée en 1987, la MARIA se consacre à la promotion des oeuvres des artistes du Manitoba et offre des services de perfectionnement professionnel aux travailleuses et travailleurs de l'industrie de la musique.

La MARIA offre du perfectionnement professionnel dans plusieurs domaines dont certains pourraient être pertinents pour les directrices et directeurs de maisons de disques. Pour 2006, on prévoit des ateliers sur la commercialisation, la création d'une image d'artiste, la vente de la musique et les ententes d'enregistrement.

[www.manitobamusic.com](http://www.manitobamusic.com)

### ***Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)***

L'ADISQ a été créée en 1978. Elle a pour principal mandat de promouvoir l'industrie de la musique au Québec. En 2003, l'ADISQ a mis sur pied un programme d'appui au perfectionnement professionnel au sein de l'industrie.

L'ADISQ offre un programme de formation très bien conçu portant sur plusieurs éléments de base de la production musicale, y compris l'élaboration d'un plan d'affaires, la gestion des crédits d'impôt, la commercialisation de la culture et les relations de presse. Selon son rapport annuel pour l'année 2004-2005, l'ADISQ a donné 46 sessions de formation et 504 personnes y ont participé depuis la création du programme.

<http://www.adisq.com/doc/activ-souti-profess.html>

### ***Association des professionnels en audio***

L'Association des professionnels en audio a créé un programme de formation continue adapté aux besoins des professionnels de l'industrie de l'enregistrement sonore.

Bien que plusieurs cours semblent mieux adaptés aux techniciens de son qu'aux directrices et directeurs de maisons de disques, certains peuvent être liés aux compétences dont ces derniers ont besoin comme la gestion du transfert et la conversion de dossiers numériques, la distribution d'un produit, le service à la clientèle et les communications.

<http://www.aspraudio.org/en/association/portrait.php>

kisquared



## ***Diapason***

Diapason est un service de soutien à la formation, au perfectionnement professionnel et à la gestion dans l'industrie de la musique québécoise. L'organisme a été créé en 1994 par le Conseil québécois de la musique et vise à améliorer les pratiques de gestion et à augmenter l'efficacité des organismes de musique. Selon le rapport annuel pour l'année 2004-2005, Diapason a donné près de 4 000 heures de consultation et a été en mesure de répondre à 53,2 p. 100 de la demande de services.

Diapason offre également du soutien aux gestionnaires des entreprises de l'industrie de la musique grâce à un programme de jumelage de spécialistes en ressources humaines avec les organismes qui ont besoin d'aide. Ses principaux champs d'activité sont la comptabilité, les relations de presse, la préparation de demandes de subvention et l'exploitation des technologies de l'information. Le programme ne s'adresse pas seulement aux directrices et directeurs de maisons de disques, mais les grands domaines d'activités sont liés aux compétences dont ces derniers ont besoin.

<http://www.cgm.qc.ca/m-diap.html>

## ***Musique Nouveau-Brunswick***

Musique Nouveau-Brunswick a été incorporée en 1989. Il s'agit d'un organisme sans but lucratif qui se consacre à la croissance et au développement de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick. L'organisme appuie l'éducation et la formation en diffusant de l'information, en offrant des programmes d'acquisition de compétences et des possibilités de réseautage grâce à des ateliers et à des séminaires.

[www.musicnb.org](http://www.musicnb.org)

## ***Music Industry Association of Nova Scotia (MIANS)***

La MIANS est un organisme sans but lucratif qui se consacre au cheminement de carrière des professionnels de l'industrie de la musique. L'organisme offre un centre de ressources en ligne pour les professionnels de l'industrie de la musique. Ses principales activités de formation et de perfectionnement professionnel portent surtout sur la diffusion de l'information.

[www.mians.ca](http://www.mians.ca)

## **Conférences et organismes offrant des sessions d'information**

### ***Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN)***

Au Canada, la SOCAN accorde les licences pour l'utilisation de la musique protégée par les droits d'auteur, recueille les frais au nom de ses membres et distribue les redevances à ses membres et aux sociétés affiliées au niveau international. Créée en 1990, la SOCAN est le fruit de la fusion entre l'Association des compositeurs, auteurs et éditeurs du Canada (CAPAC) et de la Société de droits d'exécution du Canada Ltée (SDE). La SOCAN offre des sessions d'information sur ses services et sur des sujets reliés aux droits d'auteur et aux licences pour les créateurs et les éditeurs de musique.

<http://www.socan.ca/jsp/en/index.jsp?homepage=1>

kisquared



### ***Canadian Music Week***

La Canadian Music Week est le congrès le plus important de l'industrie de la musique au Canada. Les rencontres d'experts de la conférence offrent des possibilités de perfectionnement professionnel aux personnes travaillant en radio, aux diffuseurs de musique, aux fabricants, aux maisons de disques, aux détaillants et aux distributeurs, aux producteurs de nouveaux médias et d'Internet, aux promoteurs, aux directeurs de salles de spectacle, aux producteurs de musique et de vidéo, aux artistes et aux musiciens.

<http://www.cmw.net/cmw2006/conference.asp>

### ***North By Northeast Music and Film Festival***

Depuis 1994, North By Northeast (NXNE) tient une conférence annuelle consacrée à la musique et au cinéma au Canada. Les participants peuvent assister à diverses présentations de spécialistes et faire du réseautage.

<http://www.nxne.com/index.html>

### ***South By Southwest Festivals and Conferences***

South By Southwest (SXSW) comporte trois événements distincts qui se tiennent l'un à la suite de l'autre : South By Southwest Music and Media Conference qui en est à sa vingtième année, South By Southwest Film Conference et South By Southwest Interactive Festival. La conférence sur la musique et les médias présente des spectacles de musique et des discussions de spécialistes sur des sujets touchant l'industrie de la musique.

<http://2006.sxsw.com/>

### ***Country Music Week***

Depuis près de 30 ans, la Country Music Week célèbre les réalisations canadiennes en matière de musique country. Dans le cadre de cette semaine, se tient une conférence permettant de faire du réseautage et de participer à des séminaires sur différents sujets. On y trouve également un café des paroliers permettant de se familiariser avec l'écriture de chansons.

<http://www.ccma.org/ccmatoday/cmw/index.htm>

### ***Canada's Music Awards***

Connu également sous le nom de Juno Awards, cet événement annuel comprend des séminaires comme le cercle des paroliers qui permet de participer à des sessions d'information pendant la fin de semaine où les prix sont remis.

[http://www.junoawards.ca/06\\_2006\\_weekend.php](http://www.junoawards.ca/06_2006_weekend.php)

kisquared



### ***Western Canadian Music Awards / East Coast Music Awards***

Les Western Canadian Music Awards (WCMA) sont organisés chaque année par la Western Canadian Music Alliance. Parmi les prédécesseurs des WCMA on retrouve les Prairie Music Awards et les West Coast Music Awards. Pour la quatrième année, les WCMA organisent des conférences pour les débutants et pour les personnes possédant davantage d'expérience. Les East Coast Music Awards (ECMA) sont présentés chaque année par la East Coast Music Association. Comme pour les WCMA, la cérémonie des ECMA est accompagnée d'une conférence.

<http://www.westerncanadianmusicawards.ca/>  
<http://www.ecma.ca>

### ***Canadian Music Industry Training Centre (CMITC)***

Le CMITC est un projet de formation en ligne dirigé par la Manitoba Audio Recording Industry Association (MARIA). Son objectif est de permettre aux musiciennes et aux musiciens de prendre des décisions éclairées sur leur carrière. Depuis décembre 2005, un cours sur la tournée est offert en ligne.

<http://www.careersinmusic.ca>

### ***New Music West***

New Music West, qui marque son quinzième anniversaire, organise une rencontre annuelle pour l'industrie de la musique de la Côte Ouest. Une partie de la conférence de la New Music West comprend une série de conférences sur le perfectionnement professionnel.

<http://www.newmusicwest.com/nmw05/speaker/schedule.asp>

### ***Folk Alliance Canada***

Folk Alliance Canada est le volet canadien de la North American Folk Music and Dance Alliance et se consacre à la promotion de la musique folk. Folk Alliance Canada organise une conférence pour faire connaître les artistes et offre des possibilités de réseautage et des ateliers principalement destinés aux musiciennes et aux musiciens ainsi qu'aux gestionnaires sur des sujets comme la préparation aux marchés internationaux.

<http://www.folkalliancecanada.org/rendez/index.htm>

### ***Toronto Music Expo (TMX)***

La Toronto Music Expo (TMX) est une foire commerciale où les participants peuvent assister à des séminaires de perfectionnement professionnel. La série de séminaires de perfectionnement professionnel de la TMX couvre différents sujets comme la technologie, le commerce de la musique et le statut de musicienne ou de musicien. Chaque séminaire dure une heure et demie.

<http://www.torontomusicexpo.com/>

kisquared



### ***Ontario Council of Folk Festivals***

Le Ontario Council of Folk Festivals tient chaque année des conférences d'une fin de semaine sur la musique folk, roots et traditionnelle en Ontario. La conférence est une excellente occasion de faire du réseautage, de participer à des séminaires, à des tables rondes et à des rencontres informelles et d'assister à des spectacles et à des improvisations.

<http://www.ocff.ca/conference.htm>

### ***Pacific Contact***

Pacific Contact, qui en est à sa trentième année, est la foire commerciale et la conférence de vente de spectacles du BC Touring Council. Pacific Contact offre des possibilités de réseautage, des ateliers et des possibilités de perfectionnement professionnel intensif.

<http://www.bctouring.org/pacific-contact/index.html>

### ***The Blues Summit***

Organisé par la Toronto Blues Society, le Blues Summit est une conférence permettant au milieu du blues de faire du réseautage et de participer à des séminaires de perfectionnement professionnel tout en assistant à des concerts. Le Blues Summit est la plus importante rencontre de l'industrie du blues au Canada.

<http://www.torontobluessociety.com/summit/index.html>

## Annexe C – Acquisition de compétences par la formation structurée

Lorsque les répondants indiquaient qu'ils avaient acquis une compétence par la formation structurée ou qu'ils entendaient l'acquérir de cette façon, les intervieweurs de **kisquared** leur demandaient où ils avaient acquis cette compétence ou s'attendaient à l'acquérir. On leur demandait le nom de l'établissement d'enseignement ainsi que le nom et la durée du programme. Pour chacune des compétences, les tableaux suivants montrent le mot à mot des réponses.

**TABLEAU 55 COMPÉTENCE 1. ÉTABLIR UNE VISION, UNE STRATÉGIE D'AFFAIRES ET LE POSITIONNEMENT DE L'ÉTIQUETTE**

Établissement	Programme	Durée
Anderson College	Commerce	4 mois
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
CDIS	Arts de l'enregistrement	3 ans
Cégep	Programme de musique classique	2 ans
Centre Entrepreneurship Education and Development	Cours de commerce	8 mois
Collège	Administration des affaires	3 ans
Columbia Academy of Recording Arts	Enregistrement analogue et numérique	2 ans
Concordia University	Commercialisation	4 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	Ne sait pas
HÉC	MBA et commercialisation	Ne sait pas
Red River	Commercialisation	2 ans
St. Mary's University	Administration des affaires	4 ans
Université	Administration des affaires	2 ans
Université	Communication	3 ans
Université	Finances	3 ans
Université en Angleterre	Gestion internationale et commerce	Ne sait pas
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Droit	4 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
York University	Commerce	1 an
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

kisquared



**TABLEAU 56 COMPÉTENCE 2. ÉLABORER DES STRATÉGIES DE FINANCEMENT : SOUMETTRE LES DEMANDES DE SUBVENTION, TROUVER ET GÉRER LES INVESTISSEURS**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Cours	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
CCAA	Comptabilité	Ne sait pas
CDIS	Arts de l'enregistrement	3 ans
Grant MacEwan	Gestion des arts et de la culture	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
HÉC	MBA et commercialisation	Ne sait pas
RRCC	Administration des affaires	2 ans
Université	Finances	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Droit	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Western University	Ne sait pas	Ne sait pas
York University	Commerce	1 an
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 57 COMPÉTENCE 3. RECHERCHER DE NOUVEAUX TALENTS : ANALYSE DE DÉMOS, AUDITIONS, CONTRATS AVEC DES ARTISTES ET RELATIONS**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	4-6 heures
BC Institute of Technology	Génie de l'enregistrement	2 ans
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Collège et université	Ne sait pas	Ne sait pas
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
ADISQ	Recherche de nouveaux talents	1 mois
Écoles de droit, université	École de droit	Ne sait pas
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
Université de Montréal	Baccalauréat en mathématiques	Ne sait pas
Université, école de théâtre	Mise en scène et accessoires	Ne sait pas
York University	Baccalauréat en musique	3 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

kisquared



**TABLEAU 58 COMPÉTENCE 4. CONCEPTUALISER LES PROJETS ET RAFFINER L'IMAGE DE L'ARTISTE POUR EXPLOITER LE TALENT**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	4-6 heures
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Institut supérieur de gestion (Paris)	Troisième Cycle – consultation et organisation d'une entreprise	Ne sait pas
Université	Ne sait pas	1-2 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 59 COMPÉTENCE 5. ÉLABORER UNE STRATÉGIE GLOBALE POUR UN PROJET D'ENREGISTREMENT**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Columbia Academy of Recording Arts	Enregistrement analogue et numérique	2 ans
Columbia Academy of Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Établissement d'enseignement en communication	Cours général sur les médias	1 an
Royal Conservatory of Music	Ne sait pas	4 ans
St. Mary's University	Administration des affaires	4 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans

**TABLEAU 60 COMPÉTENCE 6. RÉUNIR UNE ÉQUIPE DE PRODUCTION ET ÉVALUER LES EXIGENCES DE LA PRODUCTION**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
BC Institute of Technology	Commerce	1 an
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et de l'enregistrement	1 an
Cégep	Techniques de la musique	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Mohawk College	Gestion des affaires	8 semaines
Music Association	ADISQ	3-6 ans
Université	Relations industrielles	1-3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
Wilfrid Laurier College	Musique	Ne sait pas

**TABLEAU 61 COMPÉTENCE 7. GARANTIR LES ENTENTES CONTRACTUELLES**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Perfectionnement professionnel et droit	Ne sait pas
ADISQ, avocats du secteur privé	Droit et droits d'auteur	3 ans
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Centre Entrepreneurship Education and Development	Cours en commerce	8 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Musitechnic	Fondement et pratiques commerciales	3 mois
Pitman College	Secrétaire juridique	1 an
Université	Droit	1 an
Université	Propriété intellectuelle	4 mois
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
Université Laval	École de droit	Ne sait pas
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Manitoba	Droit	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
York University	Commerce	1 an
Ne sait pas	Commerce	Ne sait pas
Ne sait pas	École de droit	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 62 COMPÉTENCE 8. RÉSERVER ET GARANTIR LES INSTALLATIONS DE PRODUCTION**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Formation	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Université	Gestion	1-3 ans
Université	Études en loisirs	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans

kisquared



**TABLEAU 63 COMPÉTENCE 9. RÉUNIR UNE ÉQUIPE DE PRODUCTION ET FOURNIR LE PRODUIT FINAL**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans

**TABLEAU 64 COMPÉTENCE 10. NÉGOCIER AVEC LES FOURNISSEURS ET FABRICANTS**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Université	Études en loisirs	3 ans
Université	Finances	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Commerce	Ne sait pas

**TABLEAU 65 COMPÉTENCE 11. ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE DISTRIBUTION NUMÉRIQUE**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Séminaires	Ne sait pas
ADISQ	Ne sait pas	Ne sait pas
BC Institute of Technology	BCIT	2 ans
Concordia University	Création de sites Web et communication	3 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Indigo	Ne sait pas	Ne sait pas
RDR Records	Fabrication conjointe	Ne sait pas
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
WCMC	Ne sait pas	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 66 COMPÉTENCE 12. ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION POUR L'ÉTIQUETTE : STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION PAR INTERNET ET COUVERTURE MÉDIATIQUE**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Cégep	Communication	2 ans
Collège et université	Commercialisation	Ne sait pas
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas
Institut supérieur de gestion (Paris)	MBA	Ne sait pas
Ryerson Tech	Commercialisation	1 an
St. Mary's University	Administration des affaires	4 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Calgary	Baccalauréat en commerce	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

kisquared



**TABLEAU 67 COMPÉTENCE 13. FAIRE LA PROMOTION DES ARTISTES : PRODUCTION DE VIDÉOCLIPS, TEMPS D'ANTENNE À LA RADIO ET TOURNÉES DE PROMOTION**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ, École du Show-Business	Ne sait pas	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Regina	Administration des affaires	4 ans

**TABLEAU 68 COMPÉTENCE 14. GARANTIR LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE ET PHYSIQUE DU PRODUIT**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ, École du Show-Business	Ne sait pas	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Indigo	Ne sait pas	Ne sait pas
Université	Communication	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans

**TABLEAU 69 COMPÉTENCE 15. GARANTIR LES ENTENTES DE PRODUCTION SOUS LICENCE**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Cours et séminaires	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
École de droit	Ne sait pas	Ne sait pas
Université	Droit	1 an
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
Université Laval	École de droit	Ne sait pas
University of Manitoba	Droit	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans

**TABLEAU 70 COMPÉTENCE 16. PROFITER DES DROITS VOISINS ET DES COTISATIONS SUR LES CASSETTES VIERGES**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Fabricant	Séminaires	3 heures
Avocat du secteur privé	Séminaires	Ne sait pas
Séminaires	APEM	45 heures
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 71 COMPÉTENCE 17. EXPLOITER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Columbia Academy of Recording Arts	Enregistrement analogue et numérique	2 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Instructions des fournisseurs et des studios	Ne sait pas	Ne sait pas
Organismes comme l'ADISQ	Ne sait pas	Ne sait pas
Perfectionnement professionnel	ADISQ	Ne sait pas
Université	Communication	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 72 COMPÉTENCE 18. GÉRER LES RESSOURCES FINANCIÈRES :  
BUDGÉTISATION, ALLOCATION DE FONDS ET GESTION DES DEMANDES  
DE SUBVENTION**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
BC Institute of Technology	Comptabilité	1 an
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Conseil canadien de la sécurité	CSC	1 an
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Cégep	Administration des affaires	3 ans
Collège et université	Commercialisation	Ne sait pas
Grant MacEwan	Gestion des arts et de la culture	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Université McGill	MBA	4 ans
St. Mary's University	Comptabilité	4 ans
Institut Trebas	Musique et administration des affaires	1 an
Université	Administration	Ne sait pas
Université	Comptabilité	2 ans
Université	Administration et communication	3 ans
Université	Finances	3 ans
Université	Études en loisirs	3 ans
Université	Administration des affaires	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of British Columbia	Comptabilité et gestion	2 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Regina	Baccalauréat en éducation	2 ans
Western University et Concordia	Diplômes en commerce	4 ans
York University	Commerce	1 an
York University	Développement des entreprises et commerce	3 ans

**TABLEAU 73 COMPÉTENCE 19. POSSÉDER DES HABILITÉS EN ADMINISTRATION : CALCULER LES REDEVANCES, FAIRE LES PAIES, ADMINISTRER LES BUREAUX ET LE MATÉRIEL ET CONTRÔLER L'INVENTAIRE**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ne sait pas	Ne sait pas
BC Institute of Technology	BCIT	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Canadian Music Week conferences	Ne sait pas	Ne sait pas
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Association de musique	Séminaires	2-3 jours
RRCC	Administration des affaires	2 ans
Université	Administration et séminaires de la SOCAN	Ne sait pas
Université	Finances	3 ans
Université	Études en loisirs	3 ans
Université	Administration	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
York University	Commerce	1 an
Ne sait pas	Tenue de livres	Ne sait pas
Ne sait pas	Professions en général	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 74 COMPÉTENCE 20. GÉRER LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION**

Établissement	Programme	Durée
Academy of Recording	Logiciels	1 an
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Spécialistes	Ne sait pas	Ne sait pas
Université	Séminaires	Ne sait pas
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
Université du Nouveau-Brunswick	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
York University	Commerce	1 an
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

kisquared



**TABLEAU 75 COMPÉTENCE 21. GÉRER LES RESSOURCES HUMAINES :  
DESCRIPTIONS D'EMPLOI, RECRUTEMENT, FORMATION ET ÉVALUATION  
DU RENDEMENT DES EMPLOYÉS**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
BC Institute of Technology	Commerce	1 an
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Canadien national	Programme de formation en gestion	4 ans
Cégep	Gestion	3 ans
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Université	Finances	3 ans
Université	Relations industrielles	1-3 ans
Université	Administration des affaires	3 ans
Université	Relations industrielles	1 an
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Calgary	Baccalauréat en commerce	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
Université de Montréal	Ne sait pas	Ne sait pas
University of Saskatchewan	Commerce	4 ans
Ne sait pas	Commerce	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 76 COMPÉTENCE 22. TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE MISE EN MARCHÉ**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
École du Show-Business	Séminaires	Ne sait pas
Harris Institute for the Recording Arts	Gestion des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Produits dérivés	1 an
Institut supérieur de gestion (Paris)	Commercialisation et MBA	Ne sait pas
Spécialistes en commercialisation	Ne sait pas	Ne sait pas
Université	Finances	3 ans
Université	Communication et commercialisation	2 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 77 COMPÉTENCE 23. TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE PUBLICATION**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Association de musique	Séminaires	2-3 jours
S/O	S/O	S/O
Université	Cours sur les droits d'auteurs	Ne sait pas
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
University of Regina	Anglais	6 ans
Ne sait pas	Séminaires	Ne sait pas

**TABLEAU 78 COMPÉTENCE 24. TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS DE SPECTACLE**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Séminaires	Ne sait pas	Ne sait pas
Université	Études en loisirs	3 ans
University of Alberta	Génie électrique et conception de logiciels	4 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 79 COMPÉTENCE 25. TROUVER ET GÉRER LES REVENUS LIÉS À L'AUDIOVISUEL**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	BCIT	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Centre Entrepreneurship Education and Development	Cours en commerce	8 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
HÉC	MBA	Ne sait pas
Association de musique	Séminaires	2-3 jours
Toronto Film School	Montage vidéo et programmes de PC	1 an
Institut Trebas	Technique du son	2 ans
University of Manitoba	Baccalauréat en droit	3 ans
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Séminaires	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 80 COMPÉTENCE 26. TROUVER ET GÉRER LES POSSIBILITÉS D'ACHAT DE SERVICES**

Établissement	Programme	Durée
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Capilano College Vancouver	Gestion des arts et du divertissement	1 an
Centre de formation externe	Séminaires	3 jours
Harris Institute for the Recording Arts	Gestionnaire des arts de l'enregistrement	1 an
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
HÉC et Université Laval	MBA et école de droit	Ne sait pas
RRCC	Administration des affaires	2 ans
Université	Propriété intellectuelle	4 mois
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Séminaires	Ne sait pas
Ne sait pas	Commerce	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

**TABLEAU 81 COMPÉTENCE 27. INCORPORER EFFICACEMENT LES DROITS D'AUTEUR À LA STRATÉGIE D'AFFAIRES DE L'ÉTIQUETTE**

Établissement	Programme	Durée
ADISQ	Ateliers	Ne sait pas
BC Institute of Technology	Technique de l'enregistrement	2 ans
BC Institute of Technology	Commerce	1 an
Bull Frog Recording	Introduction à l'enregistrement	3 mois
Harris Institute for the Recording Arts	Ne sait pas	1 an
HÉC, Université Laval	MBA et école de droit	Ne sait pas
Université	Propriété intellectuelle	4 mois
University of Regina	Administration des affaires	4 ans
Ne sait pas	Séminaires	Ne sait pas
Ne sait pas	Ne sait pas	Ne sait pas

## Annexe D – Mot à mot des réponses

**TABLEAU 82 Q10. EN TENANT COMPTE DE CE QUE FONT LES DIRECTRICES ET DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES, PENSEZ-VOUS À D'AUTRES COMPÉTENCES OU À D'AUTRES FORMATIONS QUE NOUS AURIONS OUBLIÉES OU QUI POURRAIENT ÊTRE NÉCESSAIRES DANS L'AVENIR ?**

<b>Non, je ne pense pas à d'autres compétences</b>
Non. (97 réponses)
Aucune. (12 réponses)
Rien. (12 réponses)
Je ne sais pas. (10 réponses)
Je ne pense pas. (3 réponses)
Je ne pense rien en ce moment. (2 réponses)
Aucune à laquelle je pourrais penser. (2 réponses)
Pas vraiment. (2 réponses)
Tous les domaines ont déjà été couverts. (2 réponses)
Toutes les choses importantes ont déjà été mentionnées.
<b>Autres compétences mentionnées par les répondants ne faisant pas partie de l'enquête mais comprises dans la charte de compétences</b>
Les compétences en relations publiques sont importantes pour les directeurs. (3 réponses)
Les compétences en communication sont importantes pour les directeurs de maisons de disques.
Les directeurs ont avantage à connaître le graphisme et la promotion des étiquettes indépendantes.
Les compétences en communication et en organisation sont très importantes dans l'industrie.
Il est important que les directeurs de maisons de disques aient des compétences en communication.
Il est important que les directeurs de maisons de disques aient des compétences en réseautage.
Il est important que les directeurs de maisons de disques aient des compétences en tournées.
Il est important que les directeurs de maisons de disques connaissent les différents types de licences et comment enregistrer et diriger un studio.
Il est important que les directeurs de maisons de disques soient conscients de la créativité, de ce qui fait un artiste et sachent faire les bons choix de chansons.
Je crois que les directeurs doivent comprendre le volet affaires de l'industrie de la musique.
Il est important que les directeurs possèdent des compétences en ressources humaines.
Il est important que les directeurs apprennent à s'organiser avec de petits budgets.
Il est important que les directeurs possèdent des compétences en relations humaines, en organisation et en communication.
Il est important que les directeurs aient des compétences en relations humaines.
Il est important que les directeurs aient des compétences en relations humaines.
Il est important que les directeurs possèdent des compétences en gestion du temps.
Il est important que les directeurs possèdent des compétences en gestion du temps.
Il est important que les directeurs possèdent des compétences interpersonnelles.
Il est important que les directeurs aient des compétences en relations humaines et en écriture.

kisquared



---

**Autres compétences mentionnées par les répondants ne faisant pas partie de l'enquête mais comprises dans la charte de compétences (suite)**

---

Il est important que les directeurs aient une vision artistique.

---

Il est important que les directeurs possèdent des compétences en communication et en réseautage.

---

Il est important que les directeurs possèdent des compétences en graphisme, en commerce électronique et en Internet.

---

Il est important que les directeurs connaissent les licences et les nouvelles technologies.

---

Il est important que les directeurs sachent organiser des spectacles en direct.

---

Il est important que les directeurs connaissent l'éthique du travail et possèdent des compétences en relations humaines.

---

Il est important que les directeurs sachent négocier les contrats pour les spectacles.

---

Il est important que les directeurs aient la capacité de réunir le capital pour faire la production.

---

Il est important que les directeurs soient capables de gérer les émotions des artistes.

---

Il est important que les directeurs sachent comment faire une demande de subvention auprès des gouvernements.

---

Être créatif est important pour un directeur de maisons de disques.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en communication.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences interpersonnelles et soient capables de travailler autant avec les femmes qu'avec les hommes.

---

Il est important que les directeurs sachent trouver des possibilités de subventions gouvernementales et faire les demandes de façon adéquate.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en vente, un bon sens des affaires et de l'entrepreneuriat ainsi que des connaissances musicales.

---

Il est important que les directeurs participent à la promotion de l'étiquette.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en réseautage, en administration et en tenue de livres et qu'ils connaissent bien l'industrie.

---

Il est important que les directeurs aient une connaissance de base de la psychologie et des relations humaines.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en production.

---

Il est important que les directeurs aient un bon sens des affaires.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en commercialisation.

---

Pour être un bon directeur de maisons de disques, vous devez avoir des compétences en musique.

---

Il est important que les directeurs aient des connaissances en tournées et en production et des compétences en techniques et en gestion du temps.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en production.

---

Il est important que les directeurs connaissent les différents types d'équipement comme les microphones.

---

Il est important que les directeurs soient capables de faire de la publicité sur Internet et de répondre aux besoins en technologie de l'information.

---

Il est important que les directeurs sachent comment faire la commercialisation des artistes canadiens.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en organisation et en gestion du temps.

---

Il est important que les directeurs sachent profiter des possibilités de licences spéciales et de distribution.

---

Il est important que les directeurs connaissent l'aspect technique.

---

Apprendre à traiter avec les artistes – et les gens et avec leurs personnalités.

---

kisquared



---

**Autres compétences mentionnées par les répondants ne faisant pas partie de l'enquête mais comprises dans la charte de compétences (suite)**

---

Compétences interpersonnelles et gestion des aspects humains du travail.

---

La capacité de proposer des idées nouvelles et novatrices.

---

Les relations publiques en général.

---

Création d'entreprises, gestion financière d'une entreprise et capacité de trouver de nouveaux talents.

---

Apprendre à établir des objectifs, à travailler fort pour découvrir les forces personnelles et mettre l'accent sur les énergies.

---

Il est important pour les directeurs de suivre des cours de droit.

---

Il est important que les directeurs connaissent les droits d'auteur et le monde de l'édition.

---

Les directeurs devraient connaître les droits en matière de production.

---

**Autre**

---

Il est bon pour les directeurs d'avoir le sens de la diplomatie.

---

Il est important que les directeurs aient le sens du maternage.

---

Il est important que les directeurs soient agressifs et puissent avoir recours aux gens qui peuvent les aider.

---

Il est important que les directeurs aient des compétences en informatique.

---

Il est important que les directeurs connaissent les questions de santé liées à l'industrie de la musique.

---

Il est important que les directeurs aient fait les différentes tâches.

---

Il est important que les directeurs soient beaux

---

Il est important que les directeurs puissent avoir des heures flexibles.

---

**Note : Lorsque les répondants citaient une compétence déjà comprise dans la charte de compétences, nous inscrivions « Non, je ne pense pas à d'autres compétences ».**

**TABLEAU 83 Q11. EXISTE-T-IL D'AUTRES MOYENS PAR LESQUELS LES DIRECTRICES ET DIRECTEURS DE MAISONS DE DISQUES PEUVENT ACQUÉRIR LES COMPÉTENCES DONT ILS ONT BESOIN POUR FAIRE LEUR TRAVAIL ?**

<b>Non, je ne pense pas à d'autres façons d'acquérir des compétences</b>
Tout a été couvert.
Je ne saurais pas dire.
Je ne pense pas. (4 réponses)
Non. (47 réponses)
Aucun. (14 réponses)
Pas vraiment. (2 réponses)
Pas à ma connaissance. (2 réponses)
Rien. (4 réponses)
<b>Mentorat, stages, réseautage</b>
Le mentorat est une autre façon d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin. (13 réponses)
Le réseautage est une autre façon d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin. (5 réponses)
Travailler comme apprenti est une autre façon d'acquérir les compétences dont ont besoin les directeurs de maisons de disques. (5 réponses)
Le mentorat et la consultation sont d'autres moyens d'acquérir les compétences dont ont besoin les directeurs. (2 réponses)
Beaucoup de réseautage, c'est un bon moyen d'acquérir les compétences dont ont besoin les directeurs.
S'informer auprès d'autres personnes de l'industrie et faire de la recherche sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Avoir recours à des associations de musique comme MARIA ou ARIA, est un autre moyen pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.
Les stages et le réseautage.
Les stages dans de grandes entreprises sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Les stages en milieu de travail sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Un stage dans une maison de disques est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Faire un stage dans l'industrie est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Apprendre d'un mentor est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Les programmes de mentorat et les échanges avec d'autres personnes de l'industrie sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Le mentorat, être un artiste et travailler dans l'industrie sont des moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Le mentorat, le réseautage et la lecture de publications sur le commerce sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.
Les mentors et d'autres personnes d'expérience peuvent aider les directeurs à acquérir les compétences dont ils ont besoin.
Les mentors et le Ontario Music Development Council sont deux endroits où les directeurs peuvent acquérir les compétences dont ils ont besoin.

kisquared



---

### **Mentorat, stages, réseautage (suite)**

---

Les mentors de l'industrie et le réseautage au sein de l'industrie sont de bons moyens pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

Les mentors, les cours sur les affaires et les échanges avec les personnes travaillant dans l'industrie sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont ont besoin les directeurs.

---

Le mentorat et l'expérience de travail sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Le mentorat, le réseautage et la participation à l'ARIA sont de bons moyens d'acquérir des compétences.

---

Le réseautage et la participation à la SOCAN, au NRCC ou à toute autre association de musique sont de bons moyens pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

Le réseautage et les mentors.

---

Le réseautage et la recherche sont de bons moyens pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

C'est le réseautage qui est le plus important. Le mentorat est également un bon moyen. Les écoles ont échoué lamentablement dans l'acquisition des compétences nécessaires – les compétences ne sont pas enseignées correctement.

---

Le réseautage, connaître des personnes dans l'industrie et participer à des spectacles pour rencontrer de nouvelles personnes sont de bons moyens pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

Le réseautage, le mentorat et l'encadrement au sein de l'industrie sont de bons moyens pour acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Le réseautage, les séminaires et les conférences sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Le réseautage, le bénévolat dans des fonctions liées à la musique (par ex. WCMA), la participation aux séminaires sur les affaires de BC Music et aux événements locaux sont de bons moyens pour les directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

L'expérience antérieure en affaires et les échanges avec d'autres personnes de l'industrie sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les associations de l'industrie de l'enregistrement sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les personnes ressources au sein de l'industrie, les pairs et la coopération entre les directeurs sont de bons moyens d'acquérir les compétences nécessaires.

---

La SRIA et la SOCAN m'ont beaucoup aidé.

---

Échanger avec d'autres directeurs qui ont plus d'expérience et faire sa propre recherche sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Échanger avec d'autres personnes de l'industrie est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers, les conférences et le mentorat sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

### **Séminaires, ateliers, conférences, cours**

---

Séminaires. (2 réponses)

---

Les cours sur les médias sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les conférences et les ateliers sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers, les cours sur le commerce et la commercialisation et les collèges communautaires sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

kisquared



---

**Séminaires, ateliers, conférences, cours (suite)**

---

Les séminaires et les conférences sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

L'école de commerce et l'expérience de travail sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Apprendre de ses erreurs passées est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les conférences peuvent peut-être permettre aux directeurs d'acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

Participer à des ateliers et à des conférences est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les conférences, les ateliers et les échanges avec d'autres directeurs de maisons de disques sont de bons moyens d'acquérir des compétences.

---

Les séminaires, les conférences, les livres, les revues sur le commerce et les groupes de discussion en ligne sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers de MARIA sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires et les conférences sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers et les conférences des festivals de musique sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Prendre des cours à Grant Macewan et d'autres collèges communautaires est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires, les conférences et le partage de l'expérience sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

L'expérience, l'autoapprentissage et les séminaires sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Fréquenter une école sur le *show business* est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les ateliers de l'ADISQ sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Le Harris Institute et l'expérience sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les conférences et les événements de l'industrie sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires et les conférences sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires organisés par les associations de musique sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires sur la musique.

---

Les conférences, les ateliers et les foires commerciales sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires de la SOCAN, le réseautage, les séminaires de la SRIA et les bulletins d'information sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les séminaires, les conférences et les ateliers sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

kisquared



---

### **Séminaires, ateliers, conférences, cours (suite)**

---

Les ateliers et les conférences sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

### **Autoapprentissage**

---

Les livres sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

L'Internet est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Certaines ne sont que des habiletés naturelles que les gens possèdent.

---

Je crois qu'il s'agit surtout d'habiletés naturelles.

---

Faire le travail est la meilleure façon d'apprendre.

---

Avoir accès à l'Internet est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

L'expérience est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Faire le travail et prendre de l'expérience au sein de l'industrie est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Il faut faire le travail pour bien le connaître.

---

Les livres sur l'industrie sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

La recherche sur Internet et les échanges avec d'autres personnes de l'industrie sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les livres sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

En travaillant dans le domaine de la musique, les directeurs acquièrent les compétences dont ils ont besoin.

---

En étant eux-mêmes des artistes, les directeurs peuvent voir l'industrie d'un autre œil.

---

La lecture de livres.

---

Les directeurs peuvent acquérir les compétences dont ils ont besoin à partir de leurs habiletés naturelles.

---

Lire des revues et des publications sur le commerce est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les livres et l'apprentissage à partir des essais et erreurs sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Le fait d'être dans l'industrie de la musique depuis un certain temps et de lire sur la gestion des affaires sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les personnes ont davantage besoin d'apprendre par elles-mêmes dans l'industrie de la musique.

---

Étudier les tendances de la commercialisation est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les sites Internet comme ceux de la SOCAN et de la SRIA sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Voyager et travailler dans d'autres pays est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

La recherche sur Internet et dans les librairies sur la façon de lancer sa propre maison de disques est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Lire *Everything You Need to Know About the Music Industry* de Donald Passman est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

L'Internet est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Lire des livres est un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Les programmes de démonstration, les livres et l'information en ligne sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

kisquared



---

**Autoapprentissage (suite)**

---

Les habiletés naturelles peuvent être un atout pour les directeurs de maisons de disques.

---

Les ressources Internet sont un bon moyen d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

En faisant simplement leur travail, les directeurs peuvent acquérir les compétences dont ils ont besoin.

---

La lecture, les revues sur la musique et les échanges avec les avocats spécialisés en musique sont de bons moyens d'acquérir les compétences dont les directeurs ont besoin.

---

Je ne sais pas (16 réponses)

---