

Pratique réussie #6 : Collaborer avec les organismes anglophones

Le défi :

Le Centre français de Hamilton évolue dans une collectivité urbaine où la francophonie est de plus en plus diverse, notamment en raison de la venue de nouveaux arrivants de la francophonie internationale. Le diffuseur présente plus d'une douzaine de spectacles de langue française par année en salle, et organise le FrancoFEST, un des plus importants festivals de musique francophone en Ontario, chaque été. Toutefois, le Centre ne présente pas actuellement une programmation pleinement représentative de toute la diversité présente dans la francophonie à Hamilton.

Pistes de solutions :

La directrice du Centre a participé au *Mundial de Montréal*, un sommet de musique du monde qui présente à la fois des vitrines musicales, des ateliers et occasions de ressourcement pour des diffuseurs venus de partout au Canada. Lors de l'événement, elle a découvert bon nombre d'artistes canadiens, connus dans le réseau de la musique du monde et issus de la diaspora francophone, qui ne circulent pas dans les réseaux habituels de la francophonie canadienne. Elle a aussi pu côtoyer et échanger avec des diffuseurs qui œuvrent en anglais, mais qui présentent régulièrement des artistes francophones dans le cadre de leur programmation spécialisée en musique du monde.

Grâce à ses échanges, la directrice du Centre constate que ses homologues ont développé des approches différentes en ce qui a trait au développement d'artiste, à la programmation en groupe et à la promotion, qui renforcent leur travail de diffuseur. D'une part, les diffuseurs de musique du monde sont en contact direct fréquent et régulier. Ils échangent entre eux, sans l'intermédiaire d'un réseau formel. Ils travaillent en étroite collaboration afin d'éviter l'achat de diffusions uniques (one-offs) et pour accroître l'achat en bloc.

D'autre part, ces diffuseurs travaillent en collaboration étroite avec les artistes. La présentation de spectacle est un véritable partenariat, où les artistes et diffuseurs effectuent tous deux une co-promotion de l'événement. Le partage de la billetterie est aussi une chose fréquente, et le diffuseur et l'artiste partagent la responsabilité de la vente de billets. Dans ce milieu, les diffuseurs aussi bien que les artistes sont responsables du risque financier et du succès éventuel de chaque spectacle.

De fait, les diffuseurs sentent une part de responsabilité pour le cheminement de carrière des artistes. Ils fournissent une rétroaction plus complète et constructive aux artistes et font beaucoup plus que convenir entre eux d'une brochette d'artistes qui tourneront au cours de la prochaine année. Le rôle du diffuseur dans le processus de sélection va au-delà du « oui ou du non ». Les artistes témoignent eux-mêmes des bénéfices de cette approche, qui les aide à évoluer dans leur pratique et à concevoir des spectacles plus susceptibles d'interpeller les diffuseurs auxquels ils font appel. Un réel esprit communautaire entre les diffuseurs et les artistes s'effectue.

Facteurs à succès :

- La capacité d'établir et d'entretenir une relation avec des professionnels de la diffusion qui évoluent dans une autre langue, et qui touchent des publics différents.

- Les diffuseurs entretiennent une relation à long-terme avec les artistes qu'ils appuient. Au-delà de la diffusion ponctuelle d'un spectacle, ils s'engagent à soutenir les artistes dans une démarche sur plusieurs années.
- Le partage de responsabilité entre artiste et diffuseur pour la promotion et la vente de billets. Producteurs et diffuseurs s'investissent tout autant l'un que l'autre, afin de maximiser le succès et la portée du spectacle qu'ils présentent.
- Contact fréquents entre les diffuseurs pour se garder à l'affut des nouvelles tendances artistiques, suivre les activités des artistes, développer des stratégies de promotion pour/avec les artistes en tournée, convenir du calendrier de tournée, dépister d'autres dates possibles pour des représentations dans des communautés voisines, etc.