



À LA UNE AUJOURD'HUI

Communiqués du secteur

- L'ARRQ applaudit le Plan de relance économique du milieu culturel dont \$91,5 millions pour soutenir la production cinématographique et télévisuelle
- L'AQPM salue l'appui exceptionnel du gouvernement du Québec à la reprise des tournages cinématographiques et télévisuels d'ici
- CQT : Plan de relance économique du milieu culturel, une première pièce à l'édifice pour la reprise artistique
 - SODEC : 155,2 M\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises
- RQD : Plan de relance économique du milieu culturel: premiers pas pour la danse
 - Rideau : Bouffée d'oxygène pour les arts de la scène
- APEM : Relance économique du milieu culturel : un plan à la hauteur des besoins
- Vitalité du centre-ville : Michel Leblanc et Monique Simard réclament d'urgence huit actions pour maintenir en vie les commerces du centre-ville de Montréal

Découvrez les communiqués à la fin du bulletin



À LA UNE AUJOURD'HUI

Initiatives Canadiennes

- Les « Expériences d'écoute » du Festif sur Longueur d'Ondes

Initiatives Internationales

- Spotify Modernizes Client-Side Architecture to Accelerate Service on All Devices
 - BBC launches comprehensive programme search tool
 - Culture in Lockdown PART 3: Covid Audience Mindsets
 - Thomas Jolly : « Vers un théâtre corona-compatible »

Nouvelles de l'Industrie - Canada

- La force de l'union pour le milieu musical indépendant
- Learn everything you need to know about podcast listening in Canada
 - Culture in Lockdown PART 3: Covid Audience Mindsets

Maintiens, reports, annulations, mises à pied

- [MIDEM Digital Edition: Coronavirus and mental health on the agenda for virtual conference](#)



À LA UNE AUJOURD'HUI

Nouvelles de l'Industrie - International

- France : Déconfinement phase 2 : les exploitants de salles responsables d'une potentielle réouverture en juin
- France : La réouverture des théâtres et lieux culturels, un casse-tête pour les professionnels
 - Opportunities and challenges for radio (MIDIa Research)
 - The Stitcher Podcasting Report
- German Rights Body GEMA Says Strong 2019 Created 'Crisis Airbag' for Members Sidelined by Pandemic
- Strictly Discs in Wisconsin, in a Pandemic: 'I Feel a Responsibility to Our Community'
- IAB: 2019 Consumer usage, plus Covid report: Podcasting and digital audio growth
 - Bandcamp to Donate All Sales to NAACP Legal Defense Fund on Juneteenth
 - Like MySpace before it, TikTok is putting music discovery back into fans' hands
- AFM & SAG-AFTRA Owes Session Musicians and Background Vocalists \$46 Million — Here's How Eligible Performers Can Get Paid
- After Buying 10% of Universal Music, Tencent Is Reportedly Looking to Buy a Stake in Warner Music
 - Black Out Tuesday was just Act One, campaigners insist
 - PPL announces record £271.8m collections for 2019
- Warner Music Group and Len Blavatnik pledge \$100m fund for anti-racist and music industry causes
 - The Global Music Industry Will Decline in 2020
- La reprise des spectacles dans les théâtres de ville reste hypothétique

Initiatives Canadiennes

Online

Les « Expériences d'écoute » du Festif sur Longueur d'Ondes

Habitants de de la ville de Baie-St-Paul, Québec, réservez vos samedis estivaux, *Le Festif!* lance les « Expériences d'écoute » ! À partir du 20 juin et pour les reste des week-ends de l'été, l'équipe vous propose des séances musicales d'un genre nouveau. Vous découvrirez, à travers une mise en conditions idéale, des artistes comme Klô Pelgag, The Brooks, Plant and animals ou encore The Barr Brothers. Pour chaque séance, l'auditeur recevra un « kit d'écoute » et bien sûr, les rafraîchissements nécessaires pour profiter un maximum de la musique et du cadre environnant. L'atmosphère s'annonce unique. Les dates complètes, les ambiances, et les producteurs alimentaires locaux seront connus et publiés le lundi 15 juin 2020, moment de la mise en vente des places disponibles.

<http://www.longueurdondes.com/2020/06/03/les-experiences-decoute-du-festif/>



WATCH
LIVE



Initiatives Internationales

Streaming



Spotify Modernizes Client-Side Architecture to Accelerate Service on All Devices

Our client architecture is designed to be simple and dates from a time when laptops dominated the listening experience. This helps, especially in the early days, when you measure what works, and what doesn't. If a feature doesn't hold up, we can then replace it with a more sophisticated system. Liked Songs, one of Spotify's most popular features, is a great example of this approach. Every time you open the Spotify app, it loads all the metadata associated with these tracks from the device's disc storage into the active memory (RAM). Simple, right? Not necessarily. If you collect thousands of Liked Songs, every time the app starts, all that metadata (including artist name, paths to album artwork, and so on) must be loaded from scratch. That's fine if you're using a laptop, or the latest smartphone because there's enough RAM to manage this step with minimum delay. (Laptop users generally benefit from stable wireless connectivity, which also speeds up the process.) But we now live in a technologically diverse world. Spotify listeners are increasingly mobile, which means that the smartphone Home page plays a greater role in the user experience than the Library, where Liked Songs resides.

<https://labs.spotify.com/2020/05/28/spotify-modernizes-client-side-architecture-to-accelerate-service-on-all-devices/>

Online



BBC launches comprehensive programme search tool

The BBC has launched a new online tool to search over 200,000 current and archive TV and radio shows across its iPlayer and Sounds apps, and other digital services. The Programme Explorer is still a prototype, put together as part of the broadcaster's response to COVID-19. It makes BBC TV and radio shows all accessible in one place for the first time since the broadcaster pulled radio programming out of the main iPlayer app in 2012.

<https://completeupdate.com/article/bbc-launches-comprehensive-programme-search-tool/>

Audience



Culture in Lockdown PART 3: Covid Audience Mindsets

Here's the painful truth: not all our organizations are going to make it through this crisis. But, those whose plans are most Audience-focused will have a huge advantage over those whose focus is mainly on adapted presenting formats and the logistics of safety.

*In Part 2 of this think-piece, [The 7 Pillars of Audience-focus](#), I shared a practical planning framework to transform your re-opening plans into urgent, radical experiments in Audience-focus. In this, Part 3, I'm sharing **Covid Audience Mindsets**, a crucial new model that maps, illuminates and segments your post-lockdown audiences.*

https://medium.com/@andrewmcintyre_71381/culture-in-lockdown-part-3-covid-audience-mindsets-865e9c4ab1bd



ADISQ

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Mercredi 3 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Nouvelles de l'Industrie - Canada

La force de l'union pour le milieu musical indépendant

Le milieu culturel et les communautés qui l'entourent sont fragiles. Tout comme notre confort, nos épargnes, nos méthodes de divertissements, nos affectations professionnelles, notre santé; le bien-être de notre société. On oserait qualifier ce constat de général – en ce temps de crise – mais est-ce vraiment nouveau ? **Alors, quoi de neuf ?** Centrale Alternative est un organisme à but non lucratif dont la mission est de soutenir toute la communauté entourant la scène musicale indépendante québécoise et franco-canadienne. Motivé par le désir de faire autrement depuis sa fondation en 2019, l'organisme s'affaire à développer un modèle renouvelé pour l'industrie musicale. D'autant plus nécessaire dans le contexte d'incertitudes actuel, il développe ses outils et consolide activement son réseau de partenaires. Avec le soutien de fonds publics et privés, Centrale Alternative pourra servir et parrainer diligemment le milieu musical indépendant lors de la relance culturelle à venir.

https://www.centralealternative.ca/relance/?fbclid=IwAR37uaZnhMWJCs_3Xffatmv0iFGITjaw6gTBGy0_ujWK0o7u_Sms8MbhRq0

Learn everything you need to know about podcast listening in Canada

"The Canadian Podcast Listener 2019" updates findings from "The Canadian Podcast Listener - a Landscape Study", now in its third year. Results are based on an online survey using a market representative sample of more than 4,500 Canadian adults from Maru Voice Canada, Canada's premier online access panel.

https://www.canadianpodcastlistener.ca/?utm_source=podnews.net&utm_medium=email&utm_campaign=podnews.net:2020-06-03

L'attitude des Québécois par rapport au divertissement en temps de COVID-19 (édition 2, mai 2020)

Il y a un mois, [Habo](#) et [Le point de vente.com](#) publiaient la première édition du [Baromètre divertissement](#), une étude longitudinale qui analyse l'évolution de l'attitude de divertissement des consommateurs québécois relativement à la pandémie actuelle. Un mois plus tard, qu'est-ce qui a changé? Comment l'état d'esprit des consommateurs a-t-il évolué? Et comment accompagner les consommateurs vers un retour à une certaine forme de normalité? Les résultats de la deuxième vague de recherche, conduite mi-mai 2020 auprès de 1028 consommateurs de divertissement au Québec, répondent à ces questions.

<https://habo.studio/fr/barometre-divertissement-mai-2020/>



Nouvelles de l'Industrie - International

France : Déconfinement phase 2 : les exploitants de salles responsables d'une potentielle réouverture en juin

Le jeudi 28 mai, le premier ministre Edouard Philippe a annoncé les mesures sur la seconde phase du déconfinement, avec des premières annonces concernant le secteur de l'événementiel et des loisirs. Pour le spectacle et les concerts, il a confirmé l'interdiction des rassemblements de plus de 5000 personnes jusqu'à la fin du mois d'août, mais a annoncé la réouverture des salles de spectacles et de théâtre à partir du 2 juin dans les départements en zone verte. Le port du masque sera obligatoire et «

Les règles de distanciation physique devront y être respectées par une organisation spécifique des places assises, une gestion des flux conforme au protocole sanitaire ». Dans les départements classés « orange », comme en Île-de-France, cette réouverture ne sera possible qu'à partir du 22 juin, date fixée pour la troisième étape du déconfinement. Cette réouverture concerne donc les salles avec un

placement numéroté et assis. « Notre plus grand adversaire ce sont les grands rassemblements dans des lieux confinés, couverts », a indiqué Edouard Philippe. Les exploitants de salle de concerts où le public est debout, auront la responsabilité de mettre en place les mesures de sécurité sanitaire (circulation, distanciation...) nécessaires à la réouverture. Ou de décider de ne pas rouvrir ce n'est pas possible. Les événements culturels et sportifs organisés dans l'espace public resteront eux suspendus

jusqu'au 21 juin au moins et dans toute la France

<https://www.mgbmag.fr/2020/05/29/deconfinement-phase-2-les-exploitants-de-salles-responsables-d-une-potentielle-reouverture-en-juin/>

France : La réouverture des théâtres et lieux culturels, un casse-tête pour les professionnels

“Dans les zones vertes, les salles de spectacle et les théâtres vont ouvrir à compter du 2 juin”, a ajouté le Premier ministre, précisant que le port du masque sera là aussi obligatoire. “Je ne méconnais absolument pas la difficulté pratique de rouvrir ses équipements, dès lors que la programmation s'est trouvée perturbée, les répétitions n'ont pas pu intervenir”, a admis le Premier ministre. “Mais le spectacle vivant ne fonctionne pas comme ça”, a réagi auprès de l'AFP Malika Séguineau, du Prodiss, première organisation patronale du spectacle musical dans le privé. “Les exploitants (de salles) devront proposer et garantir des règles d'usage adapté”, a par ailleurs souligné Edouard Philippe. Pour Malika Séguineau, c'est faire peser la responsabilité juridique des réouvertures sur les exploitants, “or ce ne sont pas des experts sanitaires”. “C'est un peu du ‘débrouillez-vous’”, juge la responsable du Prodiss, qui attend les décrets prévus ce week-end pour avoir “des réponses à toutes (ses) questions”.

https://www.huffingtonpost.fr/entry/la-reouverture-des-theatres-et-lieux-culturels-un-casse-tete-pour-les-professionnels_fr_5ed0bd92c5b611c4a8df4b06



Nouvelles de l'Industrie - International

Opportunities and challenges for radio (MIDIa Research)

In an encompassing and deeply researched report, UK-based MIDIa Research has produced a manifesto for broadcast radio, laying out challenges and opportunities for the future. Titled *Radio is Switched On Again: Strategies for 2020 and Beyond*, the densely-packed 24-page document is for subscribers only, but MIDIa kindly sent a copy to RAIN News for review. Covid-19 is not necessarily the hook for this research, but it is mentioned as a potential turning point. Mainly, though, the study documents and summarizes a heritage of challenges radio has faced in the evolving digital age, and projects strategic lines forward as digital audio use soaks even deeper into society, partly driven by Covid-19 disruptions.

From the introduction: "This report looks at the changing role of music radio specifically, and the sector's current and future challenges, particularly those arising from the competitive threat of on-demand streaming services. We look at how radio has gone from a tastemaker of new music to a validator, how the recent COVID-19 pandemic has triggered a radio revival, how radio's last bastion may be the car and what radio network brands can do to survive and even thrive, in the streaming era."

<https://rainnews.com/opportunities-and-challenges-for-radio-midia-research/>

The Stitcher Podcasting Report

The report provides a detailed analysis of in-app data, network content and listener demographics as well as an update on changes we've been seeing during the coronavirus pandemic. Here are a few highlights: **The growth of podcasts is not slowing down:** The number of podcasts published to Stitcher has grown more than 129,000% since 2010. // **Streaming remains popular:** Two-thirds of podcasts are streamed rather than downloaded. // **The rise of the mini-series*:** Mini-series podcasts grew from four in 2010 to more than 52,000 in 10 years. From "Serial" in 2014 to top shows including "The Dream" and "Chernobyl," listeners are tuning in to learn about history, legends and behind-the-curtain truths. // **Episodes are trending shorter:** The average podcast episode length has shortened by 2.4 minutes since 2013. // **Gen X is dedicated:** Though the 18–34 age group makes up the largest chunk of listeners, the 35–55 age group is more dedicated based on listening hours and the number of shows they've added to their favorites. // **Bouncing back amid COVID-19:** While listening decreased during weekday commuting hours, the second half of April began to show a return to pre-pandemic levels of listening patterns.

<https://siecedigital.fr/2020/05/31/venue-ja-nouvelle-app-de-facebook-pour-les-evenements-en-live/>



Nouvelles de l'Industrie - International

German Rights Body GEMA Says Strong 2019 Created 'Crisis Airbag' for Members Sidelined by Pandemic

The German copyright collecting society GEMA carried over momentum from the previous year and increased revenues by nearly 5% in 2019. In total, the rights body generated income amounting to €1.07 billion euros (\$1.19 billion), up from €1.02 billion (\$1.13 billion) in 2018. Of this amount, €905.6 million (\$1.007 billion) was distributed to members and rights owners worldwide. This income was offset by total expenses of €163.7 million (\$182 million), up from €159.7 million. The expense ratio was 15.3 percent (2018: 15.7 percent), which means it was below planned level. "Against the background of current developments, GEMA's very good 2019 financial year will form a 'crisis airbag' for our members," said GEMA CEO **Dr. Harald Heker** in Berlin this week, referring to the COVID-19 pandemic that has buckled most aspects of the global music industry, namely concerts and physical commerce.

<https://www.billboard.com/articles/business/9392931/gema-2019-revenue-distributions-financial-results-germany-music-industry>

Strictly Discs in Wisconsin, in a Pandemic: 'I Feel a Responsibility to Our Community'

As Dane County enters Phase 1 of reopening, owner Angie Roloff has expanded the in-store capacity of her Madison record shop. In October 1988, **Angie Roloff** and her husband Ron opened Strictly Discs in Madison, Wisconsin, after Ron left a career in the biomedical research field to pursue his love of music full time. Nearly 31 years later, the couple made the difficult decision to shutter in-store operations due to COVID-19, roughly a week before Governor Tony Evers forced a mandatory shutdown of all non-essential businesses. Now that the Wisconsin Supreme Court has [overturned](#) Evers's stay-at-home order -- ruling it "unlawful" and "unenforceable" -- the Roloffs and their employees are preparing to reopen Strictly Discs in a limited capacity for the first time since mid-March. As part of *Billboard's* efforts to best cover the coronavirus pandemic and its impacts on the music industry, we will be speaking with Roloff each week to chronicle her experience throughout the crisis. (Read last week's installment [here](#) and see the full series [here](#).)

<https://www.billboard.com/articles/business/9392711/strictly-discs-wisconsin-record-store-coronavirus-in-pandemic-responsibility-community>

IAB: 2019 Consumer usage, plus Covid report: Podcasting and digital audio growth

The Internet Advertising Bureau (IAB) has released two studies packaged together: the *2019 Consumer Usage Trends*, and a *Covid Impact on Consumer Media Usage (March-April 2020)* report. Both reports are packaged together [HERE](#). During Covid-19 quarantining, music streaming (+30%) and podcasts (+13%) are enjoying increased consumption. Podcasts scored well in the Covid usage study, with all ages reporting increased listening. Millennials spearheaded that trend at 26%. Another interesting result was that listening to music (not necessarily digital or streaming, as far as we can tell in the report) was the second-highest quarantine internet activity, with all age groups (except boomers) scoring over 50% (Boomers lagged at 38%).

<https://rainnews.com/iab-2019-consumer-usage-plus-covid-report-podcasting-and-digital-audio-growth/>



Nouvelles de l'Industrie - International

Bandcamp to Donate All Sales to NAACP Legal Defense Fund on Juneteenth

[Bandcamp](#) will be donating 100 percent of its revenue on Juneteenth (June 19th) to the NAACP in solidarity with [recent protests](#) against police racism and brutality. CEO Ethan Diamond made the announcement on Monday, adding that Bandcamp would repeat the practice annually. "The recent killings of George Floyd, Tony McDade, Sean Reed, Breonna Taylor, Ahmaud Arbery, and the ongoing state-sanctioned violence against black people in the U.S. and around the world are horrific tragedies," Diamond wrote. "We stand with those rightfully demanding justice, equality, and change, and people of color everywhere who live with racism every single day, including many of our fellow employees and artists and fans in the Bandcamp community." Juneteenth is recognized as the date of emancipation — June 19th, 1865 — for the last remaining enslaved African Americans in the Confederacy, two and a half years after Abraham Lincoln issued the Emancipation Proclamation. In addition to the proceeds from June 19th, Bandcamp will be allocating an additional \$30,000 per year "to partner with organizations that fight for racial justice and create opportunities for people of color," Diamond added.

<https://www.rollingstone.com/music/music-news/bandcamp-naacp-juneteenth-1008587/>

Like MySpace before it, TikTok is putting music discovery back into fans' hands

Almost since the dawn of the internet, people have been using it to discover and share music. Platforms like YouTube, Instagram, and even Vine (R.I.P.) weren't specifically built for the purpose of sharing and discovering music, but that element has always been wrapped up in the DNA of social media. So what makes TikTok different? It's hardly the first app to allow users to wear their music like a badge of honour. But in terms of music discovery, it's arguably the closest successor to the grandpa of social media: MySpace. Between 2003 and 2008, MySpace's focus on users including music on their pages made it the go-to place for new and emerging bands to break with the power of internet fans. But the spectacular implosion of the platform in 2009 at the hands of Rupert Murdoch (yes, it still exists, but what is MySpace without Tom), meant that there's been a MySpace-shaped hole left in our playlists. Then TikTok came along.

<https://www.abc.net.au/triplej/the-latest/tik-tok-myspace-musical-discovery/12301990>

AFM & SAG-AFTRA Owes Session Musicians and Background Vocalists \$46 Million — Here's How Eligible Performers Can Get Paid

As part of a [proposed settlement](#) with the American Federation of Musicians (AFM) & SAG-AFTRA, certain session musicians and background vocalists will receive a total of nearly \$46 million in owed, previously unpaid royalties. Each year, AFM & SAG-AFTRA collects and distributes millions of dollars in royalties to session musicians and background vocalists via the Intellectual Property Rights Distribution Fund (IPPDF). For reference, approximately \$62 million passed through the Fund and into the pockets of hardworking singers and musicians in 2019 alone.

<https://www.digitalmusicnews.com/2020/06/01/afm-sag-aftra-session-musicians-46-million-settlement/>



Nouvelles de l'Industrie - International

After Buying 10% of Universal Music, Tencent Is Reportedly Looking to Buy a Stake in Warner Music

Chinese company Tencent is looking to invest \$200 million in Warner Music Group ahead of the company's IPO, according to the latest intel. The [report](#) surfaced in the Wall Street Journal on Friday. Warner Music is the world's third-largest record label and represents artists like Ed Sheeran, Bruno Mars, and Cardi B. The Warner Music IPO will be one of the largest in 2020—despite [being delayed](#) by the COVID-19 pandemic. Neither Tencent nor Warner Music has commented on the report. Back in March, Tencent Holdings completed its acquisition of a 10% stake in Universal Music. The deal reveals UMG is worth \$33.7 billion after everything is said and done. Tencent paid \$3.37 billion for its 10% stake in UMG to Vivendi, its parent company.

<https://www.digitalmusicnews.com/2020/06/01/tencent-warner-music-stake-report/>

Black Out Tuesday was just Act One, campaigners insist

Initially instigated late last week by US music industry execs Jamila Thomas at Atlantic Records and Brianna Agyemang at Platoon, people and companies across the entire global music community quickly embraced the Black Out Tuesday initiative. Even if—because of the speed with which the protest came together—there was some confusion as to what the day aimed to achieve. In [their original call to action](#), Thomas and Agyemang wrote: “The music industry is a multi-billion dollar industry. An industry that has profited predominantly from black art. Our mission is to hold the industry at large—including major corporations and their partners who benefit from the efforts, struggles and success of black people—accountable”. “To that end”, they added, “it is the obligation of these entities to protect and empower the black communities that have made them disproportionately wealthy in ways that are measurable and transparent”.

<https://completeupdate.com/article/black-out-tuesday-was-just-act-one-campaigners-insist/>

PPL announces record £271.8m collections for 2019

[PPL](#) has announced it collected a record £271.8 million for performers and recording rightsholders in 2019 - a 10% increase on the previous year. Growth was achieved across all three of the music licensing company's revenue streams; broadcast and online income grew by 2% to £85.5m; public performance and dubbing by 8% to £99.6m, and international collections by 22% to £86.7m. The organisation now has more than 95 international agreements with its counterparts around the world and received monies from a number of territories for the first time in 2019, including CMOs in Africa and Latin America. In

April, [PPL made an advance royalty payment](#) to support members during the pandemic.

<https://www.musicweek.com/labels/read/ppl-announces-record-271-8m-collections-for-2019/079957>



Nouvelles de l'Industrie - International

Warner Music Group and Len Blavatnik pledge \$100m fund for anti-racist and music industry causes

Warner Music Group and the Blavatnik Family Foundation have announced a \$100 million fund to "support charitable causes related to the music industry, social justice and campaigns against violence and racism". According to WMG, an advisory panel made up of appointees from Warner Music Group and the Blavatnik Family Foundation will establish procedures to "identify and support those in the music community, and organizations strengthening education, and promoting equality, opportunity, diversity and inclusion". This advisory panel will determine the amount of the financial gifts and timing.

Steve Cooper, CEO, Warner Music Group said, "This fund will support the extraordinary, dedicated organizations that are on the front lines of the fight against racism and injustice, and that help those in need across the music industry."

<https://www.musicbusinessworldwide.com/warner-music-group-and-len-blavatnik-to-give-100m-to/>

The Global Music Industry Will Decline in 2020

Although we are now nearing the post-lockdown era in many countries across the globe, we are only just at the start of the recession phase that is coming next. Over the coming months we will start to see concrete examples of the downturn (including Q2 financial results) that will transform the recession from an abstract possibility into something far more tangible. Although live music is the most obviously impacted, all elements of the music industry will be hit. In a forthcoming MIDiA client report we will be publishing our detailed forecasts of exactly what this impact could look like. In this blog post I am sharing some of the top-level trends. In our mid case (i.e. what we consider to be the most likely case) we forecast a 30% decline on 2019 revenues with the following sector-level changes: Recorded music (retail values) +2.5% // Publishing -3.6% // Live -75% // Merch -54% // Sponsorship -30%.

<https://www.midiaresearch.com/blog/the-global-music-industry-will-decline-in-2020/>

La reprise des spectacles dans les théâtres de ville reste hypothétique

Peut-être [l'annonce de ce jeudi 28 mai d'Edouard Philippe](#) va-t-elle changer la donne. Mais de nouveaux nuages obscurcissent encore l'horizon des théâtres de ville. Des producteurs avaient tiré le signal d'alarme il y a trois semaines via une lettre ouverte destinée à contrecarrer un mouvement naissant. Plus d'une trentaine de théâtres de ville avaient décidé de fermer leurs portes à la diffusion jusqu'en janvier. Si l'on en croit Thibaud Houdinière, dirigeant d'Atelier Théâtre Actuel, la lettre a produit son effet. « *Beaucoup de lieux sont revenus sur leur décision initiale. Certains directeurs se sont même servis de la lettre pour aller voir leurs élus et les dissuader de ne reprendre qu'en janvier* ». Pourtant, tout danger ne semble pas écarté. « *Ce qui bloque maintenant, c'est que la circulaire du Ministère recommande une distanciation d'un mètre, ou, à défaut, que les spectateurs portent des masques. Et ce qu'il faudrait, c'est inverser l'ordre de ces recommandations* », explique le producteur. En d'autres termes, il préférerait que les salles n'aient à faire de distanciation que si les spectateurs ne portent pas de masque. Ce qui naturellement éviterait de condamner des sièges, et donc de perdre des revenus de billetterie.

L'ARRQ applaudit le Plan de relance économique du milieu culturel dont \$91,5 millions pour soutenir la production cinématographique et télévisuelle

COMMUNIQUÉ / Montréal, 2 juin 2020 --- L'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ) s'est réjoui de l'annonce de la ministre de la Culture et des Communications, Mme Nathalie Roy, pour relancer le secteur culturel au sortir de la crise de la COVID-19.

Le gouvernement du Québec maintiendra les budgets annoncés en mars dernier et versera 290 millions de dollars supplémentaires pour venir en aide à la culture québécoise dont 91,5 millions de dollars qui seront distribués à la production en télévision et en long-métrage. Le plan annonce également les objectifs suivants :

" Le Plan prévoit des mesures afin d'assurer l'avenir des œuvres audiovisuelles d'ici. De plus, il octroie des montants supplémentaires à l'industrie cinématographique pour contribuer directement au développement de productions de plus grande envergure, compétitives à l'échelle internationale et misant sur les talents locaux. L'effet escompté est d'augmenter le nombre et la qualité des nouvelles émissions et productions cinématographiques produites dans la prochaine année au Québec. "

L'on comprend que l'intention de ce plan est de stimuler la création artistique en contribuant à ce que nos créateurs produisent plus de contenu culturel québécois. Nous espérons toutefois que ces mesures serviront également à augmenter les budgets autant pour rencontrer les normes sanitaires que pour rehausser la valeur des productions.

« L'ARRQ remercie le gouvernement provincial pour ce soutien financier à la production cinématographique et télévisuelle. Il permettra la réalisation de productions québécoises de qualité malgré les défis de la pandémie et pourra assurer le rayonnement de notre culture ici et ailleurs en cette ère numérique. » a déclaré Gabriel Pelletier, président de l'ARRQ.

La ministre Nathalie Roy a aussi annoncé que, dès le 8 juin, la reprise des activités du secteur de la production audiovisuelle pourra débuter. Ainsi, l'ensemble des activités de tournage incluant la préproduction et la postproduction reprendra la semaine prochaine en s'adaptant aux règles sanitaires édictées par les autorités de santé publique et la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) auxquelles l'ARRQ a collaboré.

À propos de l'ARRQ

L'ARRQ regroupe près de 800 réalisateurs et réalisatrices œuvrant principalement en langue française au Québec et s'emploie à la défense des intérêts et des droits professionnels, économiques, culturels, sociaux et moraux de ses membres. Elle a pour mandat de représenter les réalisateurs en toute occasion et dans tout dossier.

-- Mylène Cyr, Directrice générale ARRQ

L'AQPM salue l'appui exceptionnel du gouvernement du Québec à la reprise des tournages cinématographiques et télévisuels d'ici

Montréal, le 1^{er} juin 2020 - Le premier ministre du Québec, François Legault, et la ministre de la Culture et des Communications, Madame Nathalie Roy, ont confirmé, plus tôt aujourd'hui, l'accord de la Direction générale de la santé publique pour la reprise, le 8 juin 2020, des tournages des productions télévisuelles et cinématographiques québécoises. Cette annonce était accompagnée d'une enveloppe considérable de 91,5 millions de dollars qui sera versée à la SODEC pour soutenir la production audiovisuelle québécoise.

Les sommes annoncées dans le budget provincial du 10 mars dernier ont ainsi été confirmées. L'industrie s'était alors réjouie des enveloppes annuelles prévues pour le cinéma (20 millions de dollars), la télévision (15 millions de dollars) et l'animation (6 millions de dollars) pour les cinq prochaines années. À ces montants s'ajoutent notamment une aide de 5 millions de dollars qui servira à compléter les tournages interrompus au printemps et près de 40 millions de dollars pour favoriser une relance prompt et structurée des nouvelles productions.

L'AQPM continuera de travailler de concert avec la SODEC et son équipe de direction pour que les nouvelles mesures d'aide soient adaptées aux besoins des entreprises. Un mécanisme simple devra être mis en place pour que les montants soient rapidement distribués aux producteurs qui sont en mesure de reprendre leurs activités de tournage.

« Les producteurs indépendants sont très heureux du feu vert qui leur est consenti. Ils pourront relancer la production d'œuvres audiovisuelles et renouer avec le public québécois dans les prochaines semaines, a déclaré Hélène Messier, la présidente-directrice générale de l'AQPM. L'AQPM est également reconnaissante envers le gouvernement du Québec pour l'aide financière supplémentaire qui accélérera la reprise des activités et l'embauche de nombreux artistes et techniciens. Cette aide témoigne de la volonté du gouvernement de soutenir les entreprises de production indépendante qui génèrent un volume annuel de contenu québécois de 875 millions de dollars et l'équivalent de plus de 20 000 emplois temps plein ».

L'AQPM tient à remercier la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) pour sa prise en charge de l'élaboration du Guide des mesures sanitaires et à souligner le travail de collaboration de la Direction générale de la santé publique et des associations syndicales qui ont été associées à ce processus.

« Le gouvernement du Québec et le ministère de la Culture et des Communications ont compris le rôle social et économique essentiel que jouent les entreprises de production indépendantes québécoises. Le gouvernement a encore une fois saisi l'occasion de prouver son engagement envers notre industrie. Depuis des années, nous demandons un accroissement de l'aide offerte à notre industrie et tout particulièrement, la création de mesures d'aide pour soutenir les productions télévisuelles québécoises qui souffrent d'un sous-financement. Le premier ministre Legault et la ministre Roy ont fait preuve d'écoute et d'audace en accordant un soutien, de toutes manières, à notre industrie lui permettant de déployer sa créativité pour continuer à rejoindre son auditoire sur la scène nationale et internationale », a conclu Hélène Messier.

À propos de l'AQPM

L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) conseille, représente et accompagne les entreprises de production indépendante en cinéma, en télévision et en web. Elle compte parmi ses membres plus de 150 entreprises québécoises dont les productions sont reconnues au Québec et à l'étranger.

CQT : Plan de relance économique du milieu culturel, une première pièce à l'édifice pour la reprise artistique

Montréal, mardi 2 juin 2020 – La ministre Nathalie Roy présentait hier en point de presse le plan de relance économique pour le milieu culturel. Le Conseil québécois du théâtre (CQT) tient à remercier le ministère de la Culture et des Communications pour ces annonces tant attendues et apprécie la main tendue vers le milieu.

Le CQT salue l'apport de fonds supplémentaires pour la création, notamment pour des spectacles adaptés au contexte sanitaire et la bonification des bourses aux nouveaux projets. Les festivals bénéficieront également d'une aide soutenue afin de poursuivre leurs activités.

Or, si ce plan propose d'intéressantes pistes pour la reprise, il ne répond pas nécessairement à toutes les inquiétudes du milieu théâtral et révèle certaines lacunes. D'abord, il ne précise pas les informations contextuelles dans la répartition du financement entre le CALQ et la SODEC. Le CQT espère donc que le MCC précisera rapidement la distribution des fonds entre les différentes sociétés d'État. Ensuite, le CQT déplore que le plan de relance soit muet quant au traitement des ententes contractuelles établies avant la pandémie. Ce point est crucial pour donner l'opportunité aux producteurs et aux diffuseurs d'adapter une programmation alternative au contexte sanitaire actuel.

Par ailleurs, sachant que, pour de nombreux artistes, la Prestation canadienne d'urgence s'arrêtera en juillet, le CQT s'inquiète de l'insuffisance de la dotation destinée aux artistes et aux écrivains. En effet, une partie du montant de 6,5 M\$ est dédiée à un fonds d'urgence dont la gestion assurée par l'Union des artistes et la Guilde des musiciens et des musiciennes du Québec exclut de fait un grand nombre de praticien.ne.s (artistes de langue anglaise, auteur.trice.s, concepteur.trice.s, technicien.ne.s, etc.). Le CQT désire rappeler qu'il est primordial de soutenir financièrement les petits organismes ainsi que les travailleur.euse.s autonomes qui constituent à la fois le maillon le plus précaire de la chaîne et le limon de l'écosystème des arts vivants. Sans eux, impossible de relancer adéquatement l'activité économique du secteur.

Finalement, le plan de relance fait preuve d'un déni important quant aux pertes engendrées par la crise. Sans un soutien autre qu'un devancement des liquidités pour pallier les pertes et dommages consécutifs à la crise sanitaire, il sera ardu de remettre en marche le secteur théâtral, même avec des mesures de relance pour des projets « novateurs ». Ces mesures sont d'ailleurs très axées sur la production numérique comme vectrice de la création. Or, l'aspect numérique est inquiétant pour le milieu théâtral, car les arts vivants se pratiquent dans la rencontre physique avec le public. D'ailleurs, le plan de relance ne prévoit encore aucun accompagnement pour les opérateurs de salles dont le modèle d'affaires actuel ne peut composer avec un accueil restreint de public.

Ce plan pose donc une première pièce à l'édifice pour la reprise artistique et économique du secteur culturel. Le CQT s'attend à ce que le gouvernement précise ses actions avec diligence et lui rappelle sa volonté de collaborer avec ses équipes pour une sortie de crise rapide.

SODEC : 155,2 M\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises

Montréal, le 2 juin 2020 – La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) annonce qu'elle mobilisera l'entièreté de son budget historique de 2020-2021 (bonifié de 52 M\$ en mars 2020), ainsi que les sommes supplémentaires (103,2 M\$) octroyées par le gouvernement du Québec le 1^{er} juin 2020 pour contribuer à la relance économique des entreprises culturelles québécoises par l'intermédiaire de ses différents programmes d'aide.

Les interventions de la SODEC, destinées à l'ensemble de ses domaines (cinéma, télévision, musique, livre, métiers d'art et marché de l'art), se déploieront en deux axes : le maintien des capacités de production des entreprises culturelles québécoises dans le contexte actuel et le soutien à l'innovation.

« Les mesures de confinement rendues nécessaires par la progression de la pandémie de la COVID-19 ont eu un impact majeur sur les entreprises culturelles et leur capacité d'investissement dans le développement, la production et la mise en marché de nouveaux contenus culturels. Les revenus des artistes et des créateurs et créatrices, étant tributaires de la santé financière des entreprises culturelles, la SODEC se réjouit de pouvoir investir des crédits supplémentaires substantiels dans des programmes qui auront comme impact de relancer les activités de production et le rayonnement de contenus culturels québécois de qualité auprès du public », a affirmé Louise Lantagne, présidente et chef de la direction de la SODEC.

De plus, la banque d'affaires de la SODEC voit son programme de prêts aux entreprises – soutien temporaire aux fonds de roulement – COVID-19 être bonifié d'un montant additionnel de 50 M\$, le portant à 100 M\$.

Répartition des sommes additionnelles pour la relance, excluant le programme de prêts de la banque d'affaires

- Domaine audiovisuel (cinéma et télévision) : 91,5 M\$
- Domaine de la musique et des variétés : 33,5 M\$
- Diffusion des arts de la scène : 13 M\$
- Festivals et événements des différents domaines de la SODEC : 5,9 M\$
- Domaine du livre et de l'édition : 6,8 M\$
- Métiers d'Art et marché de l'Art : 1 M\$
- Initiatives innovantes (tous secteurs) : 3,5 M\$

Les détails de la répartition des sommes pour la relance seront communiqués par Info-SODEC (avis à la clientèle) aux entreprises culturelles dans les prochains jours.

À propos de la SODEC

La SODEC a pour mandat de promouvoir et de soutenir le développement des entreprises culturelles au Québec et à l'étranger dans les secteurs du cinéma et de la production télévisuelle, du livre, des métiers d'art, du marché de l'art ainsi que de la musique et des variétés. La SODEC a également le mandat de protéger et de mettre en valeur un parc immobilier patrimonial de 32 immeubles, reflet de l'identité québécoise.



RQD : Plan de relance économique du milieu culturel: premiers pas pour la danse

Montréal, mardi 2 juin 2020 – Le plan de relance économique du milieu culturel, dévoilé hier par la ministre Nathalie Roy, ouvre quelques perspectives de reprise pour la danse tout en laissant de nombreuses questions et inquiétudes sans réponse. Le Regroupement québécois de la danse (RQD) salue certaines de ces premières mesures, soulignant qu'elles devront impérativement être suivies d'investissements conséquents pour assurer la survie et la relance du secteur de la danse, qui est extrêmement précaire et tout particulièrement fragilisé par la crise. Sa préoccupation majeure porte sur les appuis offerts aux artistes indépendants, aux travailleurs autonomes et aux petites structures.

Parmi les éléments encourageants du plan du ministère de la Culture et des Communications (MCC) se trouvent le soutien pour des productions dans des lieux inédits et adaptés au contexte de distanciation physique, tels que les déambulateurs et autres spectacles extérieurs, ainsi que le soutien à la diffusion simultanée de spectacles dans plusieurs salles et en ligne, que certaines compagnies envisagent déjà. Le financement de la location de lieux et de la rémunération des artistes pendant leur entraînement est une excellente nouvelle, considérant le besoin impérieux des danseurs d'entretenir leur instrument de travail pour être prêts à la relance. L'appui aux salles alternatives et privées pour valoriser la relève apporte un ballon d'oxygène à un pan du secteur qui en a bien besoin, mais le MCC ne doit pas oublier qu'en danse, bien des artistes et compagnies intermédiaires, voire établis, vivent encore en situation de précarité. L'argent dégagé pour documenter les effets de la pandémie sur le secteur culturel et soutenir les projets immobiliers et d'acquisition de matériel est aussi rassurant.

Pour le reste, cette première phase du plan de relance économique du MCC fait la part belle à l'industrie, plus particulièrement à l'audiovisuel et au cinéma, aux événements d'envergure et à la diffusion numérique. Cela fait craindre au RQD de lourdes pertes dans le secteur de la danse, majoritairement constitué de travailleurs autonomes et d'organismes financés à projets. Ainsi, sur les 400 M\$ annoncés par le MCC, dont 250 M\$ d'argent neuf, seulement 6,5 M\$ sont alloués à l'augmentation des programmes de bourses et à un fonds d'urgence pour les artistes actuellement soutenus par la Prestation canadienne d'urgence (PCU).

«De nombreux artistes risquent de ne pas avoir accès à ce fonds d'urgence, dont on nous dit qu'il sera géré par l'Union des artistes et la Guilde des musiciens et réservé pour des situations extrêmes, commente l'artiste et enseignante Jamie Wright, coprésidente du RQD. Que se passera-t-il pour tous les interprètes qui n'auront pas de contrats parce qu'on produira majoritairement des oeuvres avec peu de danseurs? Et qu'advient-il des collaborateurs artistiques et techniciens qui n'auront pas d'emploi?»

RQD : Plan de relance économique du milieu culturel: premiers pas pour la danse

«De nombreux artistes risquent de ne pas avoir accès à ce fonds d'urgence, dont on nous dit qu'il sera géré par l'Union des artistes et la Guilde des musiciens et réservé pour des situations extrêmes, commente l'artiste et enseignante Jamie Wright, coprésidente du RQD. Que se passera-t-il pour tous les interprètes qui n'auront pas de contrats parce qu'on produira majoritairement des oeuvres avec peu de danseurs? Et qu'advient-il des collaborateurs artistiques et techniciens qui n'auront pas d'emploi?»

«Il faut aussi trouver comment stabiliser les petits organismes, ajoute le chorégraphe-gestionnaire Lük Fleury, coprésident du RQD. Sans cela, quand viendra le temps de la relance, il n'auront pas les reins assez solides pour reprendre leurs activités. Parmi ces organismes, tout comme parmi les travailleurs autonomes qui n'auront bientôt plus le filet social de la PCU, on compte beaucoup d'individus appartenant aux groupes visés par l'équité. Ce serait dommage que tous les efforts d'inclusion faits ces dernières années par le Conseil des arts et des lettres du Québec soient gâchés.»

L'espoir d'une réouverture des salles d'ici la Saint-Jean rend par ailleurs particulièrement bienvenus les investissements pour la promotion des arts. Car il faudra séduire un public confronté à la peur de la contagion et à la surabondance de l'offre. Mais au-delà de la promotion des produits culturels québécois, le RQD appelle à une campagne gouvernementale de valorisation des arts, du corps et de la danse, qui en exalte tous les bienfaits et qui transforme durablement la perception des arts par le grand public.

Enfin, la danse profitera sans nul doute des 20 M\$ consacrés à des projets numériques de tous ordres, avec un fort accent mis sur la diffusion d'oeuvres et d'événements en ligne. Elle ne saurait cependant pas s'en contenter. La pratique de cet art vivant reste en effet possible, il ne manque que les fonds pour donner aux artistes le temps de réfléchir aux formes qu'elle pourrait prendre en temps de pandémie.

Le RQD

Le Regroupement québécois de la danse rassemble et représente les individus et organismes professionnels œuvrant en danse, dans le but de favoriser l'avancement et le rayonnement de l'art chorégraphique et de contribuer à l'amélioration des conditions de pratique en danse.

Rideau : Bouffée d'oxygène pour les arts de la scène

Montréal, lundi 1er juin 2020 – L'Association professionnelle des diffuseurs de spectacles - RIDEAU tient à saluer les annonces de soutien financier au secteur culturel qui ont été faites aujourd'hui par la ministre de la Culture et des Communications, Nathalie Roy.

En effet, lors du point de presse de 13 h, le premier ministre François Legault, secondé par la ministre Roy, laissait savoir qu'un montant de 400 millions de dollars – dont 250 M\$ sont des fonds qui s'ajoutent aux annonces budgétaires de mars dernier – sera affecté en culture afin d'aider à relancer ce secteur d'activité durement éprouvé par la pandémie depuis le 13 mars.

RIDEAU comprend que, de ces 400 M\$, 71,9 M\$ visent directement à soutenir la reprise des activités des entreprises et organismes qui, comme les salles de diffusion, ont dû fermer leurs portes à cause de la pandémie. 50,9 M\$ seront, pour leur part, investis en appels à projets en création et innovation en arts de la scène, des sommes qui, nous l'espérons, pourront aussi servir à une étape de diffusion publique impliquant les salles de spectacle. Aussi, 14 M\$ seront consacrés au développement de projets numériques de toute sorte.

« Nous sommes heureux de savoir que le gouvernement a bien saisi l'importance de mettre en place des leviers financiers pour reprendre une partie des activités culturelles et de garder le lien avec le public vivant. En revanche, nous avons hâte de voir comment se traduira l'aide accordée aux diffuseurs qui, au final, ajoutent de la valeur à toute la chaîne. La création prend son sens dans la diffusion des œuvres au public, il ne faudrait pas l'oublier », commente David Laferrière, président de RIDEAU.

Enfin, RIDEAU accueille favorablement l'initiative du gouvernement de consacrer 13 M\$ dans la mise en place d'une campagne de promotion de la culture québécoise.

RIDEAU entend analyser en détail ces mesures dans les prochains jours afin de bien en comprendre la portée, et travailler avec ses membres, dans les prochains mois, à la mise en place de programmations alternatives et de projets spéciaux pour la durée de la crise.

À PROPOS DE RIDEAU

Fondée en 1978, RIDEAU — l'Association professionnelle des diffuseurs de spectacles travaille au développement et à la reconnaissance du secteur d'activité de ses membres ainsi qu'à la promotion de leurs besoins, droits et intérêts. Ses membres, dont les activités visent à favoriser l'accès de la population à une offre artistique diversifiée et de qualité, sont répartis sur tout le territoire québécois et en francophonie canadienne.

RIDEAU c'est 170 membres, 350 salles de spectacles et festivals, des réseaux sur tout le territoire, 14 000 représentations de spectacles et 3,5 millions de spectateurs annuellement.



ADISQ

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Mercredi 3 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

APEM : Relance économique du milieu culturel : un plan à la hauteur des besoins

Communiqué diffusé le 3 juin 2020 – L'APEM salue l'important investissement de 400 M\$ annoncé le 1er juin par la ministre de la Culture et des Communications, Nathalie Roy, qui est à la mesure des défis auxquels sont confrontés les secteurs culturels.

L'APEM se réjouit également de l'annonce de la SODEC du 2 juin, qui a indiqué son intention de mobiliser l'entièreté de son budget 2020-2021 pour contribuer à cette relance par l'intermédiaire de ses différents programmes d'aide. En plus d'une bonification de 50 M\$ pour sa banque d'affaires, la SODEC dispose maintenant de 155,2 M\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises.

La SODEC a annoncé la répartition des sommes additionnelles dont 33,5 M\$ pour la musique et les variétés, 91,5 M\$ pour l'audiovisuel, 13 M\$ pour la diffusion des arts de la scène, 5,9 M\$ pour les festivals et événements et 3,5 M\$ pour les initiatives innovantes.

« Les sommes distribuées par la SODEC vont avoir un impact important sur la capacité d'investissement des entreprises, ce qui va aider notre secteur à mieux se positionner alors qu'on se dirige graduellement vers un retour à la normale » indique Jérôme Payette, Directeur général de l'APEM. Notre association demande que les activités des éditeurs de musique soient admissibles aux programmes de la SODEC depuis des années. La situation engendrée par la pandémie renforce les arguments en faveur d'un soutien à la création et à la valorisation de la propriété intellectuelle, spécialité des éditeurs de musique, qui génère des retombées pour l'ensemble de la chaîne de valeur de notre secteur.

Vitalité du centre-ville : Michel Leblanc et Monique Simard réclament d'urgence huit actions pour maintenir en vie les commerces du centre-ville de Montréal

Montréal, le 3 juin 2020 – Monique Simard, présidente du conseil d'administration du Partenariat du Quartier des spectacles, et Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, dévoilent aujourd'hui un plan d'action pour aider les commerces du centre-ville. Ce plan, élaboré à la demande de la mairesse de Montréal, Valérie Plante, dans le cadre des travaux du comité avisé pour la reprise et la relance économique de Montréal, présente huit actions nécessaires pour aider les commerces du centre-ville qui vivront une baisse majeure et prolongée de leur achalandage naturel durant plusieurs mois.

Une situation particulière qui nécessite une aide particulière

La Ville de Montréal et les gouvernements du Québec et du Canada ont répondu avec agilité pour mettre en place des programmes d'aide aux entreprises depuis le début de la crise de la COVID-19. La situation du centre-ville de Montréal suscite toutefois de grandes inquiétudes. Nous devons en effet nous attendre à ce que la faiblesse de l'achalandage créée par l'arrêt général des activités se poursuive durant plusieurs mois, même si les autorités publiques autorisent la réouverture progressive des commerces. Le centre-ville de Montréal ne retrouvera pas rapidement les quelque 310 000 travailleurs dans les tours, ni les étudiants, ni les millions de touristes.

« Après examen de la situation et de multiples consultations du milieu, nous proposons huit actions qui nous semblent absolument nécessaires pour éviter un effondrement de la base commerciale du centre-ville. Un tel scénario serait dévastateur non seulement pour tous ces commerçants, mais également pour le dynamisme de Montréal et sa croissance à moyen et à long terme. Grâce à ce plan, nous estimons qu'il sera possible de maintenir en activité un bon nombre d'établissements. Cependant, nous sommes convaincus que si rien n'est fait rapidement, il sera vite trop tard pour réussir. L'engagement clair des gouvernements et des autorités municipales sera nécessaire », ont déclaré les coauteurs du plan d'action, Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, et Monique Simard, présidente du conseil d'administration du Partenariat du Quartier des spectacles.

Vitalité du centre-ville : Michel Leblanc et Monique Simard réclament d'urgence huit actions pour maintenir en vie les commerces du centre-ville de Montréal

Réduire les coûts d'exploitation et accroître l'aide financière pour les commerçants

« Les commerçants du centre-ville subissent les contrecoups de la crise depuis maintenant plus de douze semaines. La perte de leurs revenus et l'obligation d'assumer leurs coûts fixes, dont le paiement de leur loyer, les placent dans une situation très précaire. Le plan d'action propose de réduire les coûts d'exploitation et d'accroître l'aide financière qui leur est accordée. Nous estimons qu'il faut revoir le programme d'aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial afin de le rendre plus accessible. Nous insistons également sur l'importance d'accorder une aide directe aux commerçants et aux entreprises du centre-ville en modifiant certains des paramètres du Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes », a souligné Michel Leblanc.

Agir sur l'achalandage pour atteindre un nombre optimal de visiteurs au centre-ville

« Sachant que les événements qui font la renommée du centre-ville en période estivale – tels que ses festivals et ses événements sportifs et artistiques – seront reportés ou annulés, nous recommandons de poser un geste fort pour modifier la perception de la situation au centre-ville et offrir aux citoyens un environnement agréable et invitant qui respectera les règles sanitaires. Nous souhaitons entre autres piétonniser, sept jours sur sept pour la période estivale, la rue Sainte-Catherine d'Atwater à Papineau, ainsi qu'une artère nord-sud pour tisser un parcours jusqu'au Vieux-Montréal jalonné d'espaces urbains aménagés induant du mobilier urbain pertinent et une animation culturelle ponctuelle, dans le respect des règles sanitaires en vigueur durant la pandémie », a précisé Monique Simard.

Le plan d'action doit être compris comme l'un des outils qui découlent des travaux du comité. Il a été élaboré en consultation avec une multitude de parties prenantes issues de milieux variés, contient huit actions déclinées sous trois propositions :

- **Réduire les coûts d'exploitation pour les commerçants du centre-ville**
- **Accroître l'aide financière aux commerçants du centre-ville**
- **Agir sur l'achalandage pour atteindre un nombre optimal de visiteurs au centre-ville**