

## **Regards sur l'industrie musicale au Canada français Difficultés, projets et réalisations**

Johanne Melançon

Numéro 135, printemps 2007

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/40962ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)

1923-2381 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Melançon, J. (2007). Regards sur l'industrie musicale au Canada français : difficultés, projets et réalisations. *Liaison*, (135), 5–5.

# Regards sur l'industrie musicale au Canada français : difficultés, projets et réalisations

JOHANNE MELANÇON



UN AUTRE DOSSIER SUR LA CHANSON et la musique, direz-vous? De temps à autre, en effet, *Liaison* s'est interrogée sur cette forme d'art, a proposé des dossiers sur la chanson et la musique en Ontario français. Mais *Liaison* ne s'était pas encore penchée sur l'état de l'industrie au Canada français, c'est-à-dire en jetant un œil sur ce qui se passe non seulement en Ontario français, mais également en Acadie et dans l'Ouest.

Essentiellement, et bien modestement, ce dossier veut donc s'interroger sur l'état de l'industrie musicale au Canada français. Autrement dit, comment fait-on, que l'on soit d'Acadie, de l'Ontario français ou de l'Ouest, pour poursuivre une carrière en chanson et en musique? Comment s'y prend-on pour faire un disque? Pour monter une tournée? Bref, quelles sont les structures existantes et de quels outils dispose-t-on? Quelles sont les lacunes, les obstacles? Ce sont les questions que nous avons posées, dans un premier temps, aux trois collaborateurs du dossier. David Lonergan nous présente «Une industrie musicale en devenir» en Acadie, principalement au Nouveau-Brunswick, où les créateurs sont dynamiques et bénéficient du soutien de plusieurs organismes, mais où il n'existe pas encore de véritable industrie. Pour sa part, Dominique Denis, qui constate que les artistes ne vivent pas de leur art en Ontario français, tente d'identifier les différentes lacunes. Selon lui, il faut davantage parler de «La chanson à but non lucratif» plutôt que d'une industrie. Enfin, Michel Marchildon relève les mêmes lacunes dans l'Ouest malgré la volonté de faire de la chanson et de la musique en français. Des créateurs — une quarantaine d'albums par année —, mais pas de maison de disques, pas de gérance, des difficultés de mise en marché... serait-ce un refrain?

Ce dossier est aussi l'occasion de présenter un organisme peu connu, l'Alliance nationale de l'industrie musicale ou l'ANIM (voir le site [www.animusique.ca](http://www.animusique.ca)), qui s'est donné

«comme mission de contribuer à la consolidation et à la croissance de l'industrie du disque et du spectacle musical de la francophonie canadienne en appuyant les efforts de ses membres dans l'atteinte de leurs objectifs individuels et collectifs.» L'ANIM a été fondée en février 2001 et a remplacé le Regroupement national des professionnels de la chanson et de la musique (RNPCM). À la base du RNPCM, on retrouvait l'Association acadienne des artistes professionnels du Nouveau-Brunswick (AAAPNB) pour la région atlantique, l'Association des professionnels de la chanson et de la musique (APCM) en Ontario et le Regroupement des artistes de l'Ouest (RADO-musique) pour l'Ouest, trois associations représentant surtout le volet artistique de la chanson et de la musique. L'ANIM veut refléter davantage la dimension industrielle en étant à l'écoute des artistes, des artisans et des représentants des trois grandes régions par l'entremise des trois associations: l'AAAPNB, l'APCM et le Regroupement de l'industrie musicale de l'Ouest (RIM) qui a remplacé RADO-musique. L'ANIM est le porte-parole de l'industrie et de ses artisans et le défenseur de tous les intérêts de l'industrie, du début de la création jusqu'à la fin, au produit final qui trouve enfin son public. Son mandat consiste aussi à trouver des fonds pour le développement de l'industrie musicale à l'extérieur du Québec. En fait, l'ANIM doit s'attaquer à plusieurs enjeux importants, soit professionnaliser l'industrie, ouvrir et développer des marchés, se faire connaître, accéder à du financement et s'organiser<sup>1</sup>. Un entretien avec son président, Robert Paquette, nous permettra de mieux connaître ses projets, ainsi que de mesurer ses réalisations et ses défis. ■

*Johanne Melançon est professeure adjointe au Département d'études françaises et de traduction de l'Université Laurentienne à Sudbury. Ses champs de spécialisation sont la littérature franco-ontarienne, la chanson québécoise et la chanson franco-ontarienne. Elle est également membre du comité de rédaction de la revue Liaison.*

1. Tel que formulé dans le Plan stratégique 2004-2009 de l'organisme.