



À LA UNE AUJOURD'HUI

Communications du secteur culturel

- Appel à la manifestation pour la relance de la culture

Pratiques industrielles et artistiques

- France : The Voice : comment préparer un télé-crochet sans public ?
- 8 Engaging Examples of Interactive Storytelling in Content Marketing
- L'emploi rebondit, mais les travailleurs culturels attendent toujours les signes d'une reprise

Consommation médiatique et de biens culturels

- Verto Analytics Behavioral COVID-19 Tracker: In April, Digital Audiences Continued to Flock to Communications and Messaging Services
 - Vivendi Surveys Post-Lockdown Entertainment Habits

Politiques publiques

- CMA demands "clear-cut solution" from Viagogo for its concerns over StubHub deal
- Le Conseil des arts de Montréal encourage les artistes à prendre d'assaut les quatre coins de l'île de Montréal!

Économie

- HMV announces plans for re-opening as COVID-19 shutdown rules are relaxed

Communications du secteur culturel

Appel à la manifestation pour la relance de la culture

Insatisfaits des plans de relance culturelle des gouvernements, des artistes ont lancé sur les réseaux sociaux un appel à des manifestations pour faire entendre ce mécontentement, lundi, sur la place des Festivals à Montréal et sur la place de l'Assemblée-Nationale à Québec.

L'évènement est nommé Les angles morts de la culture : Se tenir debout ensemble, sur Facebook.

« Pendant une rencontre Zoom avec le Regroupement québécois de la danse, un des subventionnaires présents nous a dit qu'il nous entendait, mais que du côté du gouvernement fédéral, on trouvait que le milieu culturel ne mettait pas assez de pression et donc n'était pas une priorité », explique l'une des instigatrices du mouvement, Tau S. Bui, jointe par téléphone.

La directrice de l'administration et des ressources humaines de Tangente Danse s'est portée volontaire à titre personnel pour organiser ces rassemblements. Aucune marche n'est prévue, mais « on veut juste se faire entendre », précise-t-elle.

Le directeur artistique du Festival TransAmériques, Martin Faucher, qui a fait germer l'idée de cette initiative, sera présent à l'évènement montréalais. Il a lui-même lancé un appel au rassemblement sur sa page Facebook. « Je me tiendrai debout à côté de toi pour montrer que nous ne sommes pas invisibles, que nous ne sommes pas qu'une statistique. Que nous sommes en chair et en os », a-t-il écrit.

« Le milieu culturel, c'est aussi les interprètes et les travailleur (euses) de scène invisibles, les travailleur (euses) culturel (les) et les technicien (nes) de scène, les directions techniques et de production », est-il écrit sur la page Facebook de l'évènement. C'est aussi les concepteur (trices) de décors, de costumes, d'éclairages, de son, de musique, d'accessoires. Et les agent (es) d'artistes, les directeur (trices) de répétition, assistant (es) metteur (es) en scène, la régie. Et plus encore. [...]

Ces belles gens-là, direct dans l'angle mort, eux, ne sont pas du tout dans le radar de la relance économique. Et sans le filet social de la PCU, que reste-t-il ? »

L'appel au rassemblement précise qu'il faudra se tenir à deux mètres les uns des autres, porter un masque et se désinfecter les mains. La population est invitée à se réunir à midi lundi sur la place des Festivals à Montréal et, simultanément, sur la place du Parlement à Québec.

https://plus.lapresse.ca/screens/b1e0747a-928a-46ca-bf39-8d58cb82af08_7C_0.html?



ADISQ

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

Vendredi 12 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Pratiques industrielles et artistiques

France : The Voice : comment préparer un télé-crochet sans public ?

France Inter : Ce samedi 13 juin aura lieu la finale de l'émission de télé-crochet The Voice sur TF1.

Censée à l'origine se dérouler au Palais des Sports devant une foule en délire, la production a dû s'adapter face aux mesures sanitaires. Le producteur de l'émission Matthieu Grelier aborde la question à notre micro.

<https://www.franceinter.fr/emissions/l-instant-m/l-instant-m-12-juin-2020>

8 Engaging Examples of Interactive Storytelling in Content Marketing

As inbound marketers, content plays an important role in attracting attention and building trust with prospects. Our content can come in many different formats, and the format we choose can speak volumes about the research and ideas within. Interactive content has become increasingly more popular as brands try to cut through the noise and keep prospects' attention long enough to deliver a message. Interactive content is a type of content created not just for consumption but also engagement. It's designed to prompt action and participation from the audience. The benefit being a higher likelihood of harnessing the audience's [ever-decreasing](#) attention span by publishing stories with interactive elements so they gain an active role in consuming information. By dazzling the audience with an unexpected experience, you can increase engagement, on-site dwell time, and social share rates.

<https://blog.hubspot.com/marketing/interactive-content-examples>

L'emploi rebondit, mais les travailleurs culturels attendent toujours les signes d'une reprise

Statistique Canada a publié les résultats de l'[Enquête sur la population active pour le mois de mai](#). Après des pertes cumulatives de 3 millions d'emploi depuis le début de l'écllosion de COVID-19, l'emploi a connu un rebond de 1,8 % en mai. Toutefois, si la majorité des industries ont profité de ce début de reprise, le secteur de la culture continue d'accuser de nouvelles pertes. En mars et en avril, les industries de l'information, de la culture et des loisirs avaient connu les plus importantes pertes d'emploi, après le secteur de l'hébergement et de la restauration. En mai, l'emploi a rebondi de 6,8 % dans l'hébergement et de la restauration. À l'inverse, il a reculé d'un autre 1,1 % dans l'information, la culture et les loisirs. Entre février et mai 2020, 192 300 travailleurs des industries de l'information, de la culture et des loisirs ont perdu leur emploi. L'emploi dans la culture a périçlité de 778 700 à 586 400 emplois : une chute de 24,7 %. Statistique Canada a aussi rendu publiques des données sur le nombre d'heures travaillées. De telles données sont utiles car elles rendent compte de l'impact de la crise tant pour les travailleurs salariés que pour les travailleurs autonomes. Le nombre total d'heures travaillées dans l'information, la culture et les loisirs a légèrement augmenté, de 0,6 %, en mai. Cependant, par rapport à février, la perte totale d'heures travaillées se chiffre toujours à 37,1 %.

<https://capaco.ca/fr/2020/06/les-travailleurs-culturels-attendent-toujours-les-signes-dune-reprise/>

Consommation médiatique et de biens culturels

Verto Analytics Behavioral COVID-19 Tracker: In April, Digital Audiences Continued to Flock to Communications and Messaging Services

This analysis reveals some really interesting points. For example, the use of communications and messaging services (social media, video conferencing, messaging app, all included together) increased drastically for March 2020 (compared to January and February 2020). However, their usage surged significantly in April. Users spent more than 10 billion hours on these services in March (compared to about nine billion on average in January and February), but this increased to more than 12 billion in April. In previous data sets, we saw entertainment, news, and shopping grew in usage. Now we see usage in these categories increased in April as well—but only modestly compared to March. We also see the one category that's experienced the most growth in usage over any other has been communications. It is also interesting to see how usage in some categories, for example health services (sports trackers), went up in March, but are stabilizing to the earlier levels already in April. Did initial interest in health services peak early only to experience a permanent drop-off? By contrast, we see stability in categories like government, law, and nonprofit; clearly, given the ongoing uncertainty, the need for information about public health continues, even into April.

<https://vertoanalytics.com/verto-analytics-behavioral-covid-19-tracker-in-april-digital-audiences-continued-to-flock-to-communications-and-messaging-services/>

Vivendi Surveys Post-Lockdown Entertainment Habits

The study was conducted during lockdown across nine countries to figure out “how people’s entertainment habits changed during confinement and what they believed they would be doing coming out of confinement,” Maria Garrido, chief insights officer at Havas Group and SVP of brand marketing at Vivendi, told Pollstar. 89% of those surveyed had discovered new forms of entertainment they had not previously considered, including digital media and services. 60% stated that they used more paid services than before and for 1 in 5, it was even the first time they had paid for such services. The study indicates three different futures for life after Covid-19. Looking at all respondents, 55% said they would go back to their previous entertainment habits. The remaining two quarters responded that they would change their entertainment habits post-lockdown, with one quarter (23%) opting for more virtual experiences, and the other (22%) for more physical, face-to-face experiences.

https://www.pollstar.com/article/vivendi-surveys-post-lockdown-entertainment-habits-144786?utm_source=Newsletter&



ADISQ

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

Vendredi 12 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Politiques publiques

CMA demands “clear-cut solution” from Viagogo for its concerns over StubHub deal

The UK's Competition & Markets Authority has said that Viagogo must propose a “clear-cut solution” to overcome its concerns regarding the StubHub acquisition, otherwise the regulator will launch a more detailed investigation into the transaction. Often controversial secondary ticketing company Viagogo [announced plans back in November to buy rival StubHub](#) from its previous owner eBay in a \$4 billion deal. That transaction was completed in February, but by that point the CMA had [already confirmed it was looking into the merger](#), meaning that the two companies couldn't formally come together within the UK. Because of that, Viagogo and StubHub have remained as separate businesses on a global basis, even as both have dealt with the unique challenges created by the COVID-19 shutdown. A more formal CMA investigation into the merger [was then announced in April](#). Yesterday the competition regulator confirmed it was “concerned that the loss of competition brought about by the merger could result in customers who buy and resell tickets losing out as a result of higher prices and fewer options”.

<https://completemusicupdate.com/article/cma-demands-clear-cut-solution-from-viagogo-for-its-concerns-over-stubhub-deal/>

Le Conseil des arts de Montréal encourage les artistes à prendre d'assaut les quatre coins de l'île de Montréal!

Lancement de l'appel de candidatures : 15 juin 2020 - Les artistes, organismes et collectifs artistiques professionnels de l'île de Montréal sont invités à présenter des projets de performances spontanées pour l'ensemble du territoire dans le cadre du nouveau programme *Quand l'art prend l'air* offert par le Conseil des arts de Montréal (CAM). Cette initiative qui est dotée d'un budget de 500 000 \$ se veut complémentaire au circuit des Voies actives sécuritaires qui prévoient entre autres des aménagements pour favoriser la découverte culturelle et historique de Montréal tout en respectant les mesures de distanciation. Ce programme est mis sur pied alors que depuis le début de la pandémie, les artistes offrent des performances dans le paysage montréalais sans recevoir de cachets. « Les artistes ont généreusement offert des prestations pour aider toute la population à passer à travers cette période particulière. Il est important pour nous de rémunérer les artistes pour leur travail, comme tout autre professionnel, a expliqué la directrice générale du Conseil, Nathalie Maillé. Nous sommes particulièrement sensibles aux conditions des artistes issus de la diversité culturelle et à la réalité des citoyens vivant dans les quartiers très touchés par la pandémie. Notre relation étroite avec les arrondissements et les municipalités nous met dans une position privilégiée pour favoriser la vitalité artistique dans différents lieux privés du territoire alors que les arrondissements et les instances de la ville se concentrent sur la vie culturelle des espaces publics. »

https://www.artsmontreal.org/fr/nouvelles/2020-06-10/quand-l-art-prend-l-air?fbclid=IwAR1_M-Sz2w86rSjckQlaNep5_ak7XvfWGCsOgnc



ADISQ

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

Vendredi 12 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Économie

HMV announces plans for re-opening as COVID-19 shutdown rules are relaxed

With non-essential retailers in England allowed to re-open for business on Monday, HMV has announced a number of measures it is introducing to reduce the risk of shoppers and staff contracting or spreading COVID-19 while in store. Those measures include hand sanitiser stations that customers will be required to use before handling any product in each shop, and extra staff training in a bid to encourage better hygiene and social distancing within the entertainment retail chain's stores. Two new services are also being added to reduce the time customers need to spend on the premises. 'List And Leave' will allow customers to drop off a list of the products they require. Staff members will then gather up and pack those products which the customer can pick up later in the day. An alternative 'Ring And Reserve' service means customers can also phone in their list, meanwhile 'Click And Collect' is set to return to the retailer's website. So, good news all round for fans of alliteration. All of HMV's 92 stores in England – including four Fopp stores – are re-opening, as is the retailer's Belfast branch. Shops in Scotland and Wales will remain closed for the time being due to different COVID-19 rules being in force there.

<https://completemusicupdate.com/article/hmv-announces-plans-for-re-opening-as-covid-19-shutdown-rules-are-relaxed/>