



RÉSEAU DES  
SALONS DE MUSIQUE  
DU QUÉBEC



## Structure organisationnelle Mise à jour 2025-2026



*Tournée montréalaise 2023*

1

(450) 855-3886

[info@maisondelamusique.org](mailto:info@maisondelamusique.org)

[Maisondelamusique.org](http://Maisondelamusique.org)

124, rue Georges, Sorel-Tracy, J3P 1C6





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



## Table des matières

### Structure organisationnelle

Analyse du document réalisé en 2022 (daté 27 juin 2022)  
Commentaires généraux retenus de l'analyse  
Modifications et ajouts suggérés à la structure organisationnelle  
Base de données standardisée de la MMST

### Plan de développement triennal 2025-2026, 2026-2027, 2027-2028

#### An 1 \_ 2025-2026

Tournée de lancement du Réseau  
Actions à prioriser et objectifs à atteindre  
Prévisions budgétaires/ résultat de la campagne de sociofinancement 2025  
Équipe  
Évaluation des objectifs atteints et ajustements An 2

#### An 2 \_ 2026-2027

Actions à prioriser et objectifs à atteindre  
Prévisions budgétaires  
Équipe  
Évaluation des objectifs atteints et ajustements An 3

#### An 3 \_ 2027-2028

Actions à prioriser et objectifs à atteindre  
Prévisions budgétaires  
Équipe  
Évaluation des objectifs atteints  
Bilan du plan triennal et ajustements

### Projections du plan triennal \_2028-2029 à 2031

### Poste coordonnateur-trice

Description de tâches \_Actions à prioriser An1, An 2, An 3

### Budget de réalisation \_2025-2026, 2026-2027, 2027-2028

### Le Réseau sous l'égide de la Maison de la musique de Sorel-Tracy - MMST

### ANNEXE \_Structure organisationnel (27 juin 2022)





## Structure organisationnelle \_analyse du document réalisé en 2022 \_commentaires généraux

La structure organisationnelle du Réseau des salons de musique du Québec développée en 2022 s'avère toujours pertinente quatre ans plus tard, en 2025. Le rôle élaboré de la Maison de la musique de Sorel-Tracy – MMST est tout autant pertinent étant donné la crédibilité acquise au fil des 13 ans d'existence et de l'expertise qu'elle apporte à ce projet structurant qu'est le Réseau des salons de musique du Québec – RSMQ. Ainsi, sous l'égide de la MMST (voir élaboration et justification en page 12 du présent document), cette dernière prend en charge la gestion du budget annuel et le suivi des cotisations des salons-membres, le développement du membrariat, la mise à jour régulière de la (nouvelle) base de données standardisées, l'entretien et la mise à jour du portail web (RSMQ.org), le bon maintien de l'organisation des tournées, la coordination (incluant l'animation de la collectivité), tout en agissant à titre d'expert-conseil qu'en au développement d'un salon de musique.

De plus, la Maison de la musique de Sorel-Tracy – MMST permet au Réseau, à titre de projet structurant, d'accéder à des programmes de subventions, puisqu'il faut plusieurs années à son actif (voir de 3 à 5 ans, selon les paliers de gouvernement) avant d'avoir accès à des programmes de subventions publiques.

Les risques financiers de la MMST sont minimes puisque l'implication financière revient davantage aux salons de musique qui ont l'entière responsabilité des cachets du ou des musicien·nes d'une tournée (et de certains frais afférents, aide au transport, hébergement, si requis...) et de la présentation de leur prestation musicale dans les règles de l'art. Chaque lieu possède sa propre structure d'accueil et sa ligne de médiation culturelle (échanges entre public et musicien·nes). Les principaux postes budgétaires requis dans l'opérationnel du Réseau nécessitent principalement une coordination et un webmestre.

Du côté des musicien·nes, la justification d'avoir un Réseau destiné à la tournée est plus que nécessaire en 2025. Les artistes ont un besoin criant de travailler, de se produire, de tourner. D'autant plus depuis la fin de la pandémie en 2022 qui a mis en péril leur condition socioéconomique.





## Modifications et ajouts suggérés à la structure organisationnelle

### Financement

Le plus récent budget du RSMQ est celui déposé au Fonds Horizons d'ici (voir page 9 du présent document). L'objectif de doubler la somme de 50 000\$ dollars à recueillir a été atteint (voire même dépassé) le 20 juillet 2025, représentant une somme globale de 103 125\$ dollars. Certaines dépenses identifiées dans les prévisions budgétaires initiales pourraient faire l'objet de modification suite à une réévaluation des besoins.

### Frais annuels du membrariat

En devenant membre, le salon de musique s'engage à payer une cotisation annuelle qui est déterminée en fonction de la réalité de chaque salon et d'une grille tarifaire préétablie. Toutefois, les frais annuels du membrariat évalués dans le document de 2022 ont été modifiés en cours de route sur le site web pour ne privilégier qu'un taux unique fixé à 350\$ par salon-membre (taux retenus dans le budget déposé au Fonds Horizons d'ici).

### Base de données standardisée de la MMST et Interface de découvrabilité

Un des points qui était inexistant au moment de développer la structure organisationnelle en 2022 est l'ajout en 2025 d'une base de données standardisées et d'une interface de découvrabilité. Projet développé suite à l'apport d'une subvention du ministère de la Culture et des Communications du Québec – MCCQ, au programme de soutien à la standardisation des données (aide financière obtenue, 50 000\$ dollars). Une interface collaborative facilite la réception des données des artistes et de leurs représentants. L'interface de découverte permet d'explorer les données relatives aux artistes et performances ayant fait partie des programmations de l'organisme, le tout en misant notamment sur les extraits et médias disponibles. Cette interface ne permet uniquement que de questionner la base de données et d'afficher les données disponibles.

### Mutualisation entre les salons de musique membres « être plus forts et durables »

La mutualisation des ressources entre les Salons de musique membres du Réseau peut devenir un accélérateur de développement de solutions collectives pour contribuer à cet écosystème qui les relie. La mise en commun des ressources entre les salons de musique vient renforcer la capacité d'agir en faisant des économies, notamment en réduisant les dépenses individuelles (coûts des tournées, prêts d'équipement, de matériel, d'instruments...) en ayant accès à des compétences pour de l'aide au développement, en coaching, conseils d'experts via des formations (voir à obtenir du financement du côté d'organismes d'économie sociale), en rayonnant davantage (mutualisant les efforts de communication et de diffusion), en renforçant la collaboration, favorisant les échanges et le soutien mutuel, mutualisation de ressources humaines (partage du personnel technique, spécialisé), partage d'espace de travail, d'entrepôt...), mutualisation de données (base de données standardisée de la MMST), et le tout, en conservant l'identité individuelle de chaque salon-membre; préservation de leur spécificité, de leur autonomie.





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



## Développement touristique

Les tournées qui seront portées par le Réseau des Salons de musique du Québec auront un impact touristique important pour la valorisation des régions où sont situés ces salons (mise en valeur des caractéristiques régionales, apport d'un public extérieur à ces communautés, incitation à la consommation locale...). Ces destinations de circuits culturels en collaboration avec les Salons de musique favoriseront l'avènement d'événements importants en attirant des gens de l'extérieur dans ces communautés. Pour les publics, de nouvelles expériences touristiques et culturelles à échelle humaine inédites en région. À titre d'exemple, la formule très intimiste du Salon de musique Desjardins de la MMST et l'accueil qu'ils y retrouvent les attirent. De plus, comme il y a plusieurs salons de musique sur l'ensemble du territoire québécois, cela permettra de développer l'offre touristique de chacune des régions ou d'un même territoire élargi. Ce projet structurant, touristique, contribuera à l'avenir de la musique de concert au Québec et au dynamisme des régions; passant inévitablement par le développement touristique.

## Site web du RSMQ

Initialement, le site web du Réseau devait résider à même le site de la Maison de la musique de Sorel-Tracy. Il est désormais indépendant du site de la MMST avec son propre référencement via les moteurs de recherche. Le site a été pensé de façon à permettre l'entière autonomie quant à l'ajout d'informations ou de modifications à y apporter. L'expertise d'un webmestre demeure nécessaire, notamment pour l'ajout d'autres fonctionnalités qui s'avèreraient utiles, pour son entretien technique (maintenance du site) ou encore pour répondre à de nouveaux besoins. Depuis 2022, le site a déjà connu quelques améliorations visuelles et de contenus.

## En général

Certains points restent à préciser, notamment quant au site web et quant à la stratégie de reprise de contacts auprès des salons répertoriés (p. 17, document 2022). Également, de redéfinir ce qui est de l'ordre public ou interne : blogue, webinaire, sondage, capsules (thématiques)... Les étapes à venir pourront être élaborées en collaboration avec le comité de membrariat et celui des projets musicaux, avec le-la coordonnateur·trice du Réseau de même qu'avec la direction générale et artistique de la Maison de la musique de Sorel-Tracy et sa gouvernance.







## PLAN DE DÉVELOPPEMENT TRIENNAL

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2025-2026                 | 2026-2027 | 2027-2028 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------|-----------|
| <b>ACTIONS À PRIORISER</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                           |           |           |
| . Recrutement de salons de musique _<br>méthodologie de recherche basée sur le<br>recrutement de 2019-2020 (document<br>disponible _résultats de recherche de salons_<br>terminologie ciblée)                                                                                                                                     | √                         | √         | √         |
| . Planification de tournées : proposer des<br>contenus artistiques de tournée aux genres<br>diversifiés (classique, baroque, jazz, musique du<br>monde...) en tenant compte du type de salon<br>(voir descriptions à l'Annexe 3 du document de<br>2022). En collaboration avec la direction<br>artistique et générale de la MMST. | √<br>Tournée de lancement | √         | √         |
| . Dans le contenu de textes destinés aux salons<br>de musique, valoriser le réseautage, le partage,<br>la mise en commun, la complémentarité, la<br>mutualisation                                                                                                                                                                 | √                         | √         | √         |
| . Partage d'expertise                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                           | √         | √         |
| . Communication-diffusion / animation de la<br>collectivité (événements de réseautage,<br>formation, babillard web...)                                                                                                                                                                                                            |                           | √         | √         |
| . Amélioration de l'image de marque et site web<br>du Réseau. En collaboration avec le webmestre.                                                                                                                                                                                                                                 |                           | √         | √         |
| . Mise en place d'outils de communication<br>(infolettre, réseaux sociaux _page Facebook. En<br>collaboration avec le webmestre.                                                                                                                                                                                                  |                           | √         | √         |
| . Projections plan triennal 2028-2029 à 2031_<br>Après analyse de l'an 25-26, 26-27 et 27-28                                                                                                                                                                                                                                      |                           |           | √         |





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



| OBJECTIFS À ATTEINDRE                                                                                                                                                                                              | 2025-2026         | 2026-2027                               | 2027-2028                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| . Recrutements de salons-membres (atteinte de +/- 100 membres à la fin de l'an 3)                                                                                                                                  | 30 salons         | 60 salons<br>(30 de plus<br>que l'an 1) | 90 salons<br>(30 de plus<br>que l'an 2) |
| . Transmission de l'expertise de la MMST et son Salon de musique Desjardins à travers diverses activités (le seul salon de musique reconnu officiellement par le Conseil des arts et des lettres du Québec - CALQ) |                   | √                                       | √                                       |
| . Développement de partenariats (agent·es de développement culturel de MRC, CRC...) _(MMST à titre de facilitateur)                                                                                                | √                 | √                                       | √                                       |
| <b>PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES</b>                                                                                                                                                                                      |                   |                                         |                                         |
| . Campagne de sociofinancement de La Ruche et du Fonds Horizons d'ici _résultat final le 20 juillet 2025.                                                                                                          | 103,125\$ dollars |                                         |                                         |
| . Recherche de financement (programmes de subventions, dons, commandites) par la direction artistique et générale de la MMST                                                                                       | √                 | √                                       | √                                       |
| <b>ÉQUIPE</b>                                                                                                                                                                                                      |                   |                                         |                                         |
| Direction artistique et générale de la MMST _financement, propositions de tournées, membre du comité membrariat et du comité musicien·nes/projets musicaux                                                         | √                 | √                                       | √                                       |
| Coordonnateur·trice                                                                                                                                                                                                | √                 | √                                       | √                                       |
| Webmestre                                                                                                                                                                                                          | √                 | √                                       | √                                       |
| Consultante _développement du Réseau                                                                                                                                                                               | √                 | √                                       | √                                       |





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



## RESPONSABLE DE LA COORDINATION DU RSMQ

Tâches du/de la responsable à la coordination du RSMQ  
sous la supervision de la direction générale et artistique.

| Recrutement de membres _salons de musique                                                                                                                                                                                                                                                | 2025-2026 | 2026-2027 | 2027-2028 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Maîtrise de la structure organisationnelle du Réseau (27-06-2022)                                                                                                                                                                                                                        | ✓         |           |           |
| Maîtrise des données recueillies lors de la recherche en 2019-20<br>(documents à consulter : rapport de mi-mandat et rapport final)                                                                                                                                                      | ✓         |           |           |
| Développement du membrariat : prospection de salons de<br>musique _préparer et exécuter le plan annuel de recrutement de membres,<br>rédaction de documents d'entente (point Responsabilités du salon de<br>musique-membre p. 12 -13 du document de 2022), coordination des<br>adhésions | ✓         | ✓         | ✓         |
| Mise à jour du document résumant les questions formulées des salons de<br>musique revenant le plus souvent                                                                                                                                                                               | ✓         |           |           |
| Compilation des données qualitatives et quantitatives dans la nouvelle<br>base de données standardisées                                                                                                                                                                                  | ✓         | ✓         | ✓         |
| Mise en place de tournées                                                                                                                                                                                                                                                                |           | ✓         | ✓         |
| Accroître le membership des salons de musique                                                                                                                                                                                                                                            | ✓         | ✓         | ✓         |
| Mise à jour des données recueillies lors de la recherche en 2019-20                                                                                                                                                                                                                      | ✓         |           |           |
| Veuille quant au maintien de la qualité d'accueil par les salons-membres                                                                                                                                                                                                                 |           | ✓         | ✓         |
| Assister aux réunions du comité membrariat et du comité des offres de<br>projets musicaux                                                                                                                                                                                                |           | ✓         | ✓         |
| Préparer des rapports annuels d'activités                                                                                                                                                                                                                                                | ✓         | ✓         | ✓         |
| Planifier le renouvellement annuel des adhésions                                                                                                                                                                                                                                         |           | ✓         | ✓         |

### Animation de la communauté du Réseau

|                                                                                                                                    |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Mettre sur pied, planifier annuellement et gérer des activités pour les<br>membres (formation, capsules éducatives, experts, etc.) |   | ✓ | ✓ |
| Préparer et diffuser les communications aux membres                                                                                | ✓ | ✓ | ✓ |
| Faire les mises à jour du site web en collaboration avec le webmestre                                                              | ✓ | ✓ | ✓ |
| Animation du blogue                                                                                                                |   | ✓ | ✓ |
| Créer des événements                                                                                                               |   |   | ✓ |

### Développement des partenariats

|                                                            |  |   |   |
|------------------------------------------------------------|--|---|---|
| En collaboration avec la directrice générale et artistique |  | ✓ | ✓ |
|                                                            |  |   |   |

### Communications

|                                                                                          |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Mot de bienvenu aux nouveaux membres                                                     | ✓ | ✓ | ✓ |
| Gérer les communications avec les membres (personnalisation de<br>l'approche)            | ✓ | ✓ | ✓ |
| Rédiger une infolettre trimestrielle an et mensuelle (années subséquentes)               |   | ✓ | ✓ |
| Fournir les informations pour mise à jour du site web par le webmestre                   | ✓ | ✓ | ✓ |
| Animation du blogue                                                                      |   | ✓ | ✓ |
| Alimenter la page Facebook et compte Instagram du Réseau                                 |   | ✓ | ✓ |
| Augmenter le rayonnement des membres (présence du Réseau dans les<br>réseaux sociaux...) |   |   | ✓ |
| Assurer le maintien de la communication avec et entres les salons-<br>membres            | ✓ |   |   |







RÉSEAU DES  
SALONS DE MUSIQUE  
DU QUÉBEC



### BUDGET DE RÉALISATION

| REVENUS                                                                                                                                                                      | Campagne          | PHASE 2          | PHASE 3          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|
|                                                                                                                                                                              | 2025-2026         | 2026-2027        | 2027-2028        |
| Partenaires de campagne Fonds Horizon                                                                                                                                        | 50 000 \$         |                  |                  |
| Partenaires de la campagne (Desjardins, Roulez vert...) Contributeurs de la campagne La Ruche                                                                                | 50 000 \$         |                  |                  |
| Partenaires privés (1 X 10K + 2 X 5k)                                                                                                                                        |                   | 20 000 \$        | 20 000 \$        |
| Adhésion membres du RSMQ (Salons, cafés, bistros) 200 \$ X 20 = 4 000 \$ / 300 \$ X 5 = 1 500 \$ / 500 \$ X 9 = 4 500 \$                                                     |                   | 10 000 \$        | 15 000 \$        |
| Les caisses Desjardins                                                                                                                                                       |                   | 10 000 \$        | 10 000 \$        |
| Dons - Fonds pour la circulation (aide à la tournée) 20 X 500 \$                                                                                                             |                   | 10 000 \$        | 10 000 \$        |
| CALQ, MCCQ, autres (entente 30K ou autres)                                                                                                                                   |                   | 30 000 \$        | 25 000 \$        |
| RSMQ contribution                                                                                                                                                            | 6 000             |                  |                  |
| <b>Total des revenus</b>                                                                                                                                                     | <b>106 000 \$</b> | <b>80 000 \$</b> | <b>80 000 \$</b> |
| DÉPENSES                                                                                                                                                                     | Campagne          | PHASE 2          | PHASE 3          |
|                                                                                                                                                                              | 2025-2026         | 2026-2027        | 2027-2028        |
| Gestionnaire du RSMQ – 100 à 120 lieux de diffusion (Supervision artistique de la direction générale de la MMST – Planification de la Tournée de lancement (15h par semaine) | 15 525 \$         | 8 000 \$         | 8 000 \$         |





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



| DÉPENSES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Campagne  | PHASE 2   | PHASE 3   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Consultante du développement du réseau (voir la soumission en cours pour la durée de la campagne) + Assurer la structure organisationnelle pour les 2 prochaines années. (Budget pour la campagne de 1500 \$ (avant taxes) (taux horaire de 40\$/h pour un total de 37,5 heures) + 4 000 \$ (40 \$ X 100 h X 1 an)                                                          | 3 900 \$  | 10 000 \$ | 10 000 \$ |
| Coordonnatrice du réseau (mise à jour des salons recensés, recrutement des membres et classement des données). 21h X 22 \$ X 44 semaines = 20 328 \$ Relations avec les salons, rendre accessible les questionnements et les défis entre les membres de l'équipe. Être à l'écoute des salons et des artistes du Réseau. Recrutement de nv salons et de projets artistiques. | 23 909 \$ | 20 000 \$ | 20 000 \$ |
| Consultante en philanthropie (Développer des activités de financement, bâtir le plan de rayonnement, développer de nv partenariats, relations et suivis avec les partenaires et les donateurs)                                                                                                                                                                              | 4 375 \$  | 6 000 \$  | 6 000 \$  |
| Conception et diffusion des capsules promotionnelles pendant la campagne. Voir la soumission (1 500 \$ + 4 500 \$) Animez le site internet et la page facebook du RSMQ. Lancez la Tournée de lancement du RSMQ.                                                                                                                                                             | 6 000 \$  | 3 000 \$  | 3 000 \$  |
| Gestion du projet (tenue de bureau, comptabilité) Annie Blanchette frais                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3 140 \$  | 4 000 \$  | 4 000 \$  |
| Suivi journalier des inscriptions, questions, aides sur le site pour : Lieux de diffusion; Offres artistiques; Offres touristiques ; Entretenir les discussions sur le forum du RSMQ ; (15h X 20 \$ X 10 mois)                                                                                                                                                              | 4 500 \$  | 3 000 \$  | 3 000 \$  |
| Fonds d'aide financière à la Tournée (aide accordée pour demandes 2026-27 et 2027-28), sous l'approbation du comité membrariat.                                                                                                                                                                                                                                             |           | 6 000 \$  | 6 000 \$  |





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                              |                  |                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Frais de Tournée de lancement_Cachets (financement par le RSMQ de 50 %) Accords du piano au besoin – 100 %_Techniciens _Perdiem aux artistes, représentants RSMQ_Location d'un piano                                                                                                                                                                                                         | 7 500 \$<br>1 500 \$<br>4 000 \$<br>1 000 \$<br>2 500 \$<br><u>16 500 \$</u> |                  |                  |
| Webmestre (colosse) mise en marché touristique, tirage promotionnel, offre touristique et artistique, carte fidélité etc. Communications par infolettre auprès de tous les lieux d'accueil et du public. Conception, réalisation, diffusion de promotion web ou affichages sur les lieux. Stratège des réseaux sociaux du RSMQ. (2 000 \$ campagne + 2 500 \$ envoi infolettre, promo suivi) | 4 500 \$                                                                     | 6 000 \$         | 6 000 \$         |
| Bannière autoportante, affiches                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 000 \$                                                                     | 2 000 \$         | 2 000 \$         |
| Frais administratifs<br>Location espaces bureaux 12 940 \$<br>Chauffages 1 200 \$<br>Assurances 860 \$<br>Photocopies et frais de bureau 300 \$<br>frais de réunion 701 \$<br>frais billetterie 300 \$<br>représentations & km 1 300 \$                                                                                                                                                      | 16 651 \$                                                                    | 10 000 \$        | 10 000 \$        |
| Frais de campagne La Ruche etc...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 5 000 \$                                                                     |                  |                  |
| Frais de contingence                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0                                                                            | 2 000 \$         | 2 000 \$         |
| <b>Total des dépenses</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>106 000 \$</b>                                                            | <b>80 000 \$</b> | <b>80 000 \$</b> |

|                                                     |                   |
|-----------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Total des revenus pour l'ensemble du projet</b>  | <b>266 000 \$</b> |
| <b>Total des dépenses pour l'ensemble du projet</b> | <b>266 000 \$</b> |
| <b>Excédent des dépenses sur les revenus</b>        | <b>Ø \$</b>       |





# RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



## Le Réseau des Salons de musique sous l'égide de la Maison de la musique

### 1. Assise solide et crédibilité incontournable

Un réseau culturel naissant ne dispose pas automatiquement d'une légitimité suffisante pour mobiliser efficacement ses parties prenantes. L'histoire, la réputation et la stabilité institutionnelle sont des facteurs déterminants pour gagner la confiance des artistes, partenaires et bailleurs de fonds. La Maison de la musique, institution profondément ancrée dans le tissu culturel québécois depuis plus d'une décennie, incarne ce socle indispensable. Elle offre un cadre éprouvé, une expertise développée et une reconnaissance validée par ses réussites passées.

-lien

Le développement d'un réseau sans une base solide expose à des risques majeurs : absence de crédibilité, difficulté à mobiliser des ressources et à attirer des financements. Selon un rapport de l'UNESCO sur la gestion des réseaux culturels, « la consolidation de l'identité et la reconnaissance institutionnelle sont essentielles à la pérennité des initiatives culturelles » (UNESCO, Reshaping Cultural Policies, 2022).

### 2. Effet de synergie puissant entre le Réseau et la Maison

Le Réseau et la Maison partagent une mission profondément alignée : rendre la musique accessible, promouvoir l'éveil culturel en région, soutenir l'éducation musicale et diffuser la musique de proximité. Cette vision commune crée une dynamique synergique qui favorise l'harmonisation des actions, optimise les ressources humaines et évite la dispersion des efforts. Le maintien du Réseau sous la gouvernance de la Maison assure cohérence, efficacité et continuité dans la réalisation de ces objectifs.

-lien

Un rapport de la Fondation Rockefeller sur la collaboration interinstitutionnelle dans les arts souligne que « les synergies entre structures complémentaires multiplient la portée et la profondeur des impacts culturels, en évitant la duplication et en maximisant l'usage des ressources » (Rockefeller Foundation, 2019).

### 3. Importance d'un développement progressif et maîtrisé

La création et la consolidation d'un réseau culturel nécessitent du temps pour structurer une gouvernance, définir des stratégies claires et bâtir un modèle d'affaires viable. Après une décennie d'efforts et de maturation, il est crucial de poursuivre ce cheminement avec rigueur, en évitant de précipiter l'autonomie. Une transition prématurée risquerait de fragmenter les ressources, de diluer la mission et de freiner la dynamique positive en place.

-lien

L'expérience des réseaux culturels à travers le monde confirme que « la pérennité d'un projet culturel dépend largement de sa capacité à croître de manière maîtrisée, avec une gouvernance solide et un financement stable » (OCDE, « Culture and Local Development », 2018).





#### 4. Préférence des bailleurs de fonds pour des institutions établies

Les bailleurs publics et privés recherchent des partenaires fiables, capables de démontrer une gestion responsable, des résultats tangibles et une capacité à assurer la continuité des projets. La Maison de la musique, forte d'une histoire jalonnée de succès et d'une reconnaissance institutionnelle, rassure ces partenaires. Son appui au Réseau représente un gage de sérieux qui facilite l'accès aux financements et favorise des partenariats solides.

-lien

Un guide du Conseil des arts du Canada précise que « les organismes avec une gouvernance bien établie et une histoire documentée de projets réussis ont un avantage notable dans l'obtention de subventions » (Conseil des arts du Canada, 2023).

#### 5. La Maison est une ressource incontournable pour le succès et la pérennité du Réseau

Le Réseau doit beaucoup à la vision, au leadership et à la connaissance approfondie du terrain de la MMST. Cette dernière incarne le lien vivant entre tous les acteurs, la mémoire du projet et l'initiatrice des partenariats. L'éloignement ou un changement prématuré de structure risqueraient de rompre la continuité et de compromettre la mise en œuvre harmonieuse du Réseau. Cette présence assure la cohérence stratégique, l'adaptabilité et l'efficacité opérationnelle indispensables à la réussite.

-lien

Selon un article du Harvard Business Review, « la continuité des leaders clés est un facteur critique de succès dans la gestion des projets complexes et des réseaux collaboratifs » ([HBR, 2020](#)).

#### 6. Effet levier majeur pour le rayonnement culturel mutuel

Le Réseau amplifie la présence de la Maison de la musique, en étendant son impact des centres urbains aux régions éloignées, tout en renforçant la crédibilité institutionnelle. Cette relation symbiotique nourrit mutuellement leurs influences respectives, créant un cercle vertueux de visibilité, reconnaissance et légitimité. Ce rayonnement mutuel multiplie la portée des actions culturelles à travers la province et renforce leur rôle de leader culturel incontournable.

-lien

Une étude du Conseil international de la musique souligne que « la collaboration entre structures établies et réseaux émergents est un levier puissant pour maximiser l'impact culturel régional et provincial » (International Music Council, 2021).





## RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



### 7. Renforcement mutuel et durable de la crédibilité

La Maison confère au Réseau une crédibilité immédiate et reconnue, tandis que l'expansion territoriale du Réseau enrichit et diversifie la visibilité de la Maison. Cette complémentarité crée un effet d'amplification bénéfique à long terme, renforçant l'attractivité, la légitimité et la confiance des partenaires.

lien

Le rapport de la Fédération des maisons de la culture du Québec explique que « l'ancrage territorial combiné à la force institutionnelle crée une dynamique d'extension durable et crédible » (FMCQ, 2022).

### 8. Transparence financière : un gage de confiance et de pérennité

La Maison, malgré son déficit cumulé, jouit d'une certaine réputation en matière de gestion financière transparente, fondée sur des pratiques d'audit et de reddition de comptes (pratiques de contrôle renforcées par la gouvernance en 2024-25). Cette exigence de transparence constitue un levier stratégique pour renforcer la crédibilité auprès des bailleurs de fonds, des partenaires privés, des institutions publiques et des donateurs.

En garantissant une utilisation optimale et responsable des ressources, la Maison :

- Rassure ses partenaires quant à la bonne affectation des fonds limitant ainsi les risques de détournement ou de gaspillage.
- Favorise la confiance durable, indispensable pour maintenir et accroître les engagements financiers à moyen et à long terme.
- Assure une gouvernance saine et éthique, conforme aux meilleures pratiques internationales, avec des mécanismes clairs d'évaluation et de suivi budgétaire.
- Facilite l'obtention de nouveaux financements, car les organismes financeurs privilégient de plus en plus les projets portés par des structures transparentes et responsables.

### 9. Gestion des transitions facilitée

Maintenir le Réseau sous l'égide de la Maison permet une transition progressive, réfléchie et maîtrisée vers une éventuelle autonomie. Cela évite les ruptures brutales, permet d'évaluer en continu les impacts et d'ajuster les stratégies selon l'évolution du contexte.

### 10. Rayonnement provincial renforcé

Le Réseau, piloté par la Maison, étend son ancrage dans toutes les régions du Québec, ce qui assure une cohérence dans l'offre culturelle et un soutien adapté aux réalités locales. Ce déploiement réfléchi sur 3 à 5 ans favorise la construction de partenariats durables et le développement d'une gouvernance locale solide.

### 11. Temps nécessaire pour bâtir un plan d'affaires solide

Un passage prématuré à l'autonomie sans un modèle économique stable mettrait en péril la viabilité du Réseau. Il est crucial d'élaborer un plan d'affaires robuste, intégrant diversification des revenus, partenariats stratégiques et évaluations de performance.







## RÉSEAU DES SALONS DE MUSIQUE DU QUÉBEC



### 12. Maturation de la gouvernance propre au Réseau

La construction progressive d'un conseil d'administration dédié, formé et engagé, est indispensable pour assurer une gouvernance adaptée, transparente et efficace à moyen terme.

### 13. Renforcement des partenariats locaux et provinciaux

Le temps est nécessaire pour consolider les collaborations avec les acteurs locaux et régionaux, institutionnels ou communautaires, et pour développer des réseaux de soutien et d'influence provinciaux.

### 14. Préservation de la culture organisationnelle

La Maison garantit que les valeurs, la mission et la vision initiales du projet demeurent au cœur des actions, assurant ainsi une cohérence culturelle et stratégique dans le temps.

RÉALISATION : SYLVIE RAYMOND, CONSULTANTE  
Août 2025

