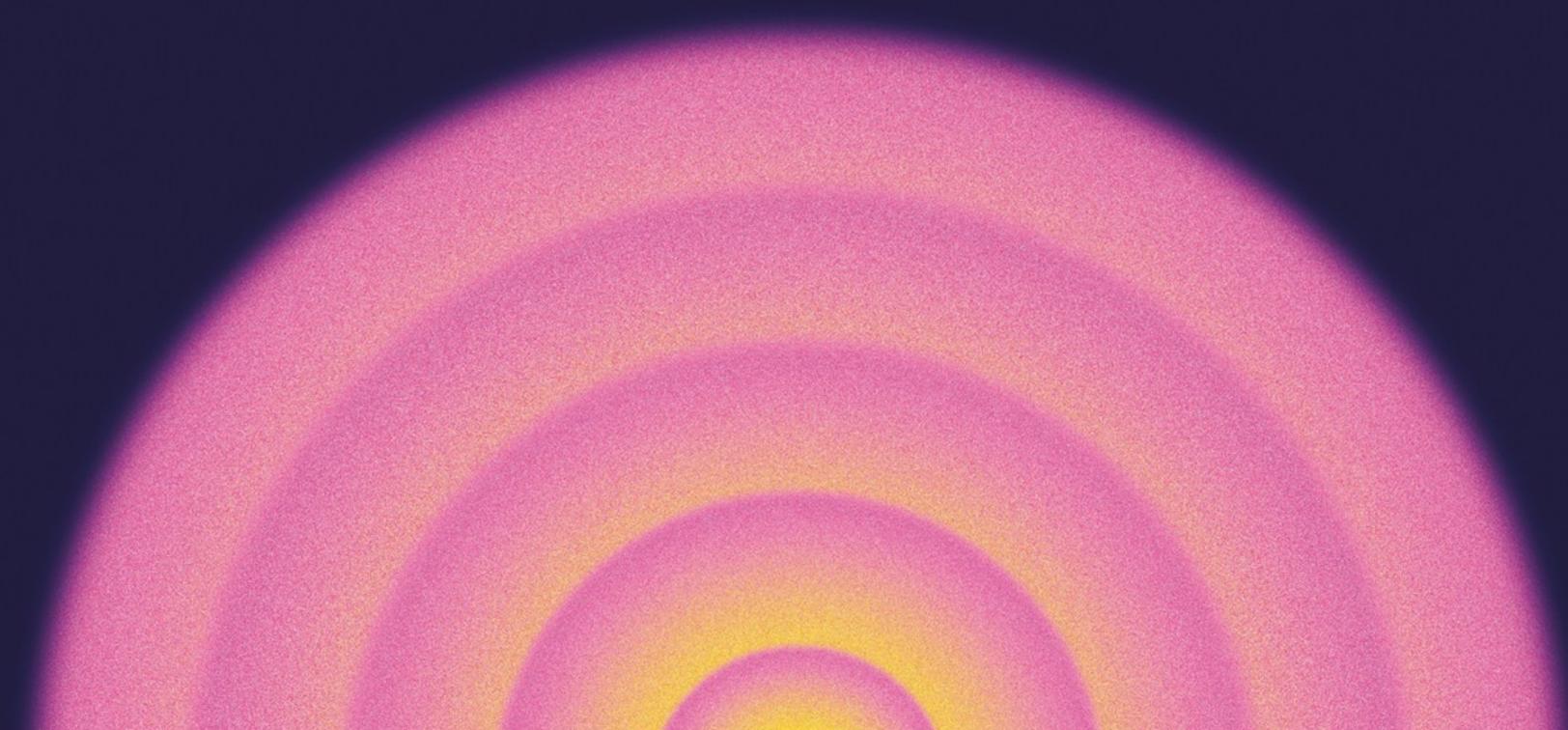


# PROGRAMME D'AIDE À LA PROMOTION POUR LES ENTREPRISES EN MUSIQUE ET DU SPECTACLE

En vigueur : avril 2025

## BRILLER ICI COMME AILLEURS

SODEC  
Québec 



# TABLE DES MATIÈRES

<b>PRÉSENTATION</b> .....	<b>3</b>
Objectifs généraux .....	3
Conditions générales d’admissibilité .....	3
Participation financière.....	5
Critères d’évaluation.....	8
<b>PRÉSENTATION D’UNE DEMANDE</b> .....	<b>9</b>
Dates d’inscription .....	9
<b>DÉFINITIONS</b> .....	<b>10</b>

# PRÉSENTATION

Ce programme valorise les activités de promotion et de mise en marché des entreprises en musique et du spectacle dans le but de tirer le meilleur potentiel de leurs projets et de diversifier les canaux pour joindre et développer les publics.

## Objectifs généraux

---

En intervenant financièrement auprès des entreprises en musique et du spectacle, la SODEC encourage ces entreprises à :

- accroître l'engagement du public envers le spectacle, les œuvres musicales et les contenus d'humour québécois;
- augmenter l'efficacité des investissements en promotion et mise en marché des spectacles québécois, y compris les leviers de découvrabilité.

## Conditions générales d'admissibilité

---

### Clientèles admissibles

Les entreprises admissibles au programme doivent répondre aux conditions suivantes :

- Être une entreprise, ou un groupe d'entreprises liées, légalement constituée (société par actions ou coopérative) de production et de commercialisation de [spectacles](#) ou de contenus en musique et en humour active au cours des 24 derniers mois :
  - dans le cas des artistes-entrepreneurs en musique, être actif en tant que producteur de ses œuvres depuis au moins 24 mois.
- Avoir son siège et principal établissement au Québec, et démontrer que le contrôle de droit et de fait de l'entreprise est détenu majoritairement par des citoyens canadiens ou des résidents permanents ayant leur résidence fiscale au Québec. On entend par siège et principal établissement l'endroit où se situe le centre de décision et où s'exerce la direction véritable de l'entreprise.
- Avoir adopté les normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique :
  - Dans le cadre de sa planification stratégique 2023-2027, la SODEC s'engage à soutenir les entreprises culturelles dans l'intégration de leviers de découvrabilité afin d'assurer la promotion des contenus francophones dans l'environnement numérique. C'est ainsi que la SODEC soutiendra la diffusion et l'adoption de normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique pour l'enregistrement sonore et pour le spectacle. **Ce critère d'admissibilité entrera en vigueur dès l'année financière 2027-2028.** Voir l'annexe (à venir) sur les normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique.

- Pour les **entreprises** :
  - avoir réalisé des revenus autonomes hors subventions de 100 000 \$ au cours du dernier exercice financier terminé :
    - dans le cas des [entreprises spécialisées](#), avoir réalisé des revenus autonomes hors subventions de 50 000 \$ au cours du dernier exercice financier terminé;
  - avoir réalisé un niveau d'investissement en promotion supérieur à 30 000 \$ au cours du dernier exercice financier terminé :
    - dans le cas des entreprises spécialisées, avoir réalisé un niveau d'investissement en promotion supérieur à 15 000 \$ au cours du dernier exercice financier terminé;
  - avoir sous contrat au moins deux [artistes québécois](#) (excluant les artistes actionnaires de l'entreprise).
- Pour les **artistes-entrepreneurs** en musique :
  - avoir réalisé une moyenne de revenus autonomes hors subventions de 50 000 \$ au cours de deux des trois derniers exercices financiers terminés;
  - avoir réalisé une moyenne d'investissement en promotion supérieur à 15 000 \$ au cours de deux des trois derniers exercices financiers terminés;
  - avoir sous contrat au maximum un artiste québécois. Aux fins de précision, l'artiste sous contrat doit être l'artiste-entrepreneur;
  - au cours de la dernière année, l'artiste-entrepreneur doit avoir géré et pris un risque financier sur la production, la promotion et la commercialisation d'un enregistrement sonore ou d'un spectacle. Un artiste-entrepreneur ne peut être admissible sur la base de la production d'un enregistrement sonore ou d'un spectacle sans aucun investissement dans la promotion et commercialisation de celui-ci.

La SODEC se réserve le droit de demander à l'entreprise requérante les états financiers qu'elle juge pertinents, y compris des états financiers consolidés pour les groupes d'entreprises liées.

### **Clientèles non admissibles**

Ne sont pas admissibles :

- les entreprises individuelles;
- les entreprises soutenues dans le [programme d'aide à la gérance et à l'édition musicale](#).

## Participation financière

---

### Barèmes et limites de l'aide financière

Le soutien accordé sous forme de subvention constitue une aide à l'entreprise.

Le montant de l'aide peut atteindre un maximum de 400 000 \$ par année.

### Calcul de l'aide

Le calcul de l'aide est établi en fonction :

- des dépenses admissibles;
- d'un facteur de régionalité;
- d'un ajustement des dépenses admissibles en fonction de paliers dégressifs;
- des résultats de l'évaluation;
- de l'enveloppe disponible.

#### Étape 1 : Calcul de l'aide admissible

L'aide est calculée sur la moyenne des dépenses admissibles réalisées au cours des deux derniers exercices financiers terminés de l'entreprise requérante, soit l'addition de :

- 100 % des dépenses admissibles réalisées en promotion et mise en marché;
- 20 % des dépenses admissibles réalisées en production de contenus;
- 20 % des dépenses admissibles réalisées en gérance;
- 20 % des dépenses admissibles réalisées en édition musicale.

#### Étape 2 : Bonification régionale

Le résultat de l'étape 1 est ajusté en fonction d'un facteur de régionalité qui tient compte de l'éloignement régional, de la proximité de population et d'un coefficient de vitalité économique.

#### Étape 3 : Dépenses admissibles ajustées

Le résultat de l'étape 2 est ajusté en fonction de paliers de dépenses dégressifs et donne le montant final des dépenses admissibles.

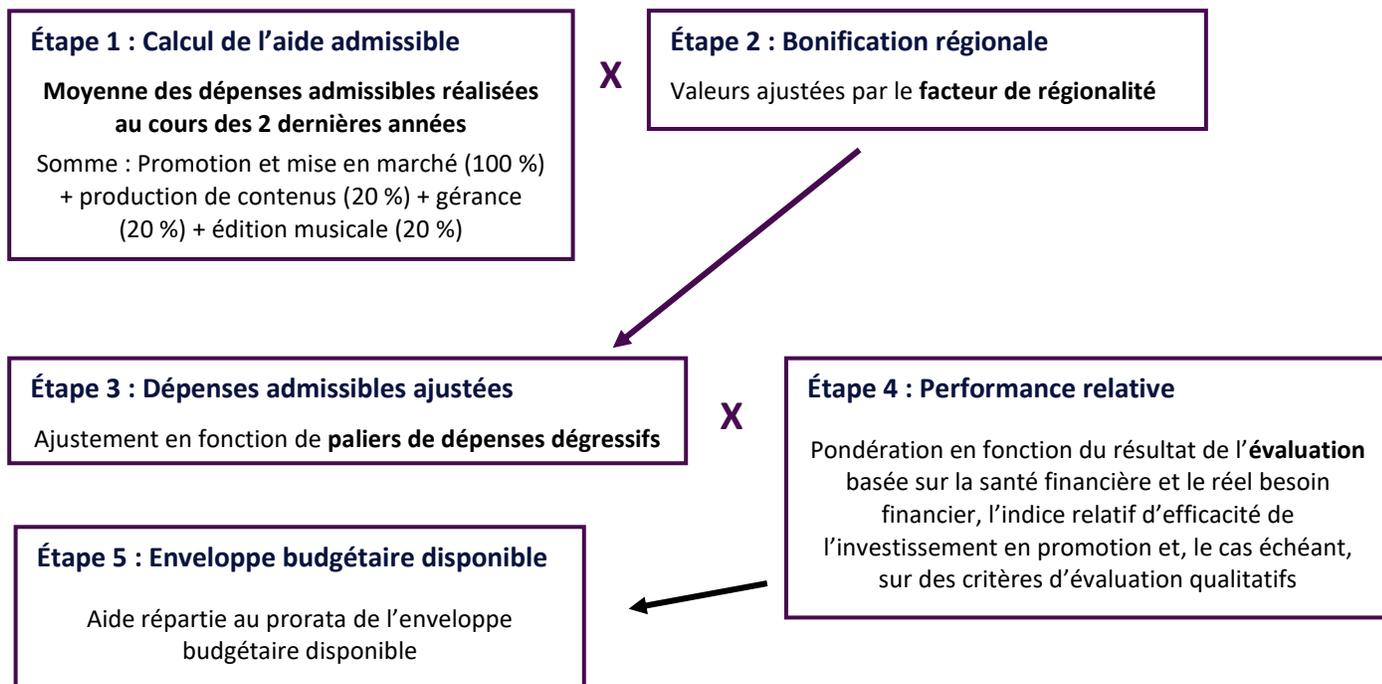
#### Étape 4 : Performance relative

Ces valeurs sont ensuite pondérées en fonction du résultat de l'évaluation, basée sur la santé financière et le réel besoin financier, l'indice relatif d'efficacité de l'investissement en promotion et, le cas échéant, sur des critères d'évaluation qualitatifs. Voir plus de détails dans la section [Critères d'évaluation](#).

#### Étape 5 : Enveloppe budgétaire disponible

L'ensemble des valeurs obtenues à l'étape 4 pour chacune des entreprises est ensuite réparti au prorata de l'enveloppe budgétaire, et ce, de façon à obtenir un montant tenant compte des disponibilités budgétaires du programme.

## En résumé



## Dépenses admissibles

### Promotion et mise en marché

Toute initiative visant à promouvoir et commercialiser les contenus musicaux et d'humour ainsi que les spectacles musicaux et humoristiques québécois.

- Frais de commercialisation, promotion, relations de presse, publicité et découvrabilité sur le marché québécois et les plateformes numériques :
  - création de contenu promotionnel (ex. : photos, éléments graphiques, communiqués de presse, vidéos et teasers; création, hébergement et mise à jour d'un site web);
  - démarche de commercialisation (ex. : pistage radio et auprès des plateformes);
  - marketing (publicité, affichage, placement média, campagne médias sociaux, mise en ligne de contenus, tournées de promotion, découvrabilité numérique (ex. : promotion numérique, optimisation de l'indexation des pages web, structuration des métadonnées et référencement));
  - matériel promotionnel lié à l'image de marque de l'artiste (ex. : produits dérivés);
  - dépenses liées aux activités de placement d'œuvres québécoises (ex. : activités de synchronisation);
  - activités de lancement autres que pour le spectacle;
  - frais d'abonnement à des applications d'analyse de données industrielles/musicales.

- Salaires et avantages sociaux liés à la commercialisation, la mise en marché et la promotion :
  - exemples : relationnistes, graphistes, responsables des médias sociaux ou de mise en ligne de contenus, relations médias, stratèges, responsables marketing, direction communications, synchronisation, structuration des données (métadonnées) et référencement.
  
- Honoraires et frais externes liés à la commercialisation, la mise en marché et la promotion :
  - exemples : honoraires de commercialisation, mise en marché et promotion, relationnistes, graphistes, responsables des médias sociaux ou de mise en ligne de contenus, relations médias, stratèges, responsables marketing, direction communications, synchronisation, structuration des données (métadonnées) et référencement.

### **Production de contenus**

Initiative menant à la création de nouveaux contenus québécois faisant l'objet d'une propriété intellectuelle commercialisés et destinés au grand public :

- dépenses directes liées aux enregistrements sonores (allant des étapes de préproduction à la fabrication, le cas échéant);
- d'autres contenus sonores ou audiovisuels originaux commercialisables tels que les balados de prestation musicale ou humoristique, ou des productions web originales peuvent être considérés si leur objet premier n'est pas promotionnel. À noter que les vidéoclips sont considérés comme du matériel promotionnel.

### **Gérance et édition musicale**

Elles consistent en dépenses administratives assurant la prestation d'un service de gérance et d'accompagnement stratégique des artistes musicaux ou d'humour québécois, ou de mise en valeur des œuvres musicales québécoises :

- salaires ou honoraires (hors commercialisation, mise en marché et promotion);
- frais de production de maquettes audio;
- frais d'inscription aux foires, congrès, colloques et autres événements professionnels;
- gérance : frais de représentation;
- édition musicale : dépenses internes liées à la gestion de droits des catalogues d'œuvres d'artistes québécois détenues par l'entreprise.

### **Toutes autres dépenses pertinentes et nécessaires à la réalisation des activités décrites ci-dessus**

À noter que les dépenses admissibles sont celles réalisées sur le marché québécois et inclut les dépenses liées au numérique, aux plateformes ou aux réseaux sociaux.

## Dépenses non admissibles

Ne sont pas admissibles :

- les captations de spectacles pour diffusion en intégralité;
- les dépenses liées aux spectacles à représentation unique et les [spectacles à grand déploiement](#);
- les dépenses liées aux spectacles de groupes-hommage;
- les dépenses liées aux spectacles de comédies musicales dont la propriété intellectuelle n'est pas québécoise;
- les dépenses liées aux œuvres non destinées à une exploitation commerciale auprès du grand public;
- les compilations et les rééditions (les réenregistrements sont cependant admissibles);
- les projets dont l'enregistrement sonore représente un support d'accompagnement et non l'œuvre principale (par exemple, les trames sonores de films);
- la production de maquettes (démos), sauf pour activités en lien avec l'édition musicale;
- pour les entreprises ayant des activités d'édition musicale ou de gérance :
  - acquisition de catalogues;
  - frais pour résidences de création, ateliers d'écriture et de coécriture;
  - versement d'avances aux artistes;
  - redevances versées aux ayants droit;
  - les dépenses de gérance des artistes actionnaires de l'entreprise.

## Modalités de versement

100 % de l'aide est versé à la conclusion d'une convention d'aide financière.

La SODEC se réserve le droit de modifier les modalités de versement et pourra déterminer l'aide sur un cycle pluriannuel.

Les versements sont toujours conditionnels à la disponibilité des fonds et aux approbations appropriées et suffisantes des crédits par l'Assemblée nationale.

## Critères d'évaluation

---

Les demandes sont analysées par des professionnels de la SODEC. Au besoin, elle peut faire appel à des avis externes et constituer un comité d'évaluation.

Plus précisément, les demandes sont évaluées selon les critères suivants :

- la santé financière de l'entreprise et son besoin financier réel;
- l'indice relatif d'efficacité de l'investissement en promotion, soit le ratio de revenus autonomes sur les dépenses admissibles de promotion sur une moyenne de deux ans;

- les deux critères d'évaluation formative suivants (en vue de l'adoption de ces éléments comme critères d'admissibilité en 2027-2028) :
  - l'adoption de normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique<sup>1</sup>;
  - l'engagement envers le développement durable<sup>2</sup>.

Les entreprises requérantes ayant obtenu moins de trois soutiens dans le programme (ou dans l'ancien programme d'aide aux entreprises en musique et variétés ou dans l'ancien programme d'aide à l'édition musicale) ainsi que les entreprises pour lesquelles une évaluation plus approfondie est jugée nécessaire par la SODEC à la lumière des critères énumérés ci-dessus seront également évaluées selon les critères suivants :

- les réalisations de l'entreprise et de l'entrepreneur;
- le professionnalisme de l'entreprise (qualité des partenaires contractuels et des partenaires d'affaires, ressources humaines et formations pour développer les RH);
- la qualité des principales stratégies de promotion des artistes et des œuvres (par exemple, les outils, les publics visés et la présence numérique de l'entreprise et de ses artistes dans les sites web, réseaux sociaux et plateformes numériques);
- la qualité des projets.

Lorsque la santé financière est jugée insatisfaisante, la demande au présent programme sera refusée. Dans ce cas, l'entreprise ne sera pas admissible au [programme d'aide additionnelle à la circulation de spectacles](#).

Si l'entreprise requérante ne peut démontrer un réel besoin financier, la SODEC peut réduire le montant d'aide financière octroyée ou refuser de l'attribuer. Une telle réduction ou un tel refus en vertu de ce critère d'évaluation dans ce programme ne rend toutefois pas le requérant inadmissible au [programme d'aide additionnelle à la circulation de spectacles](#).

## PRÉSENTATION D'UNE DEMANDE

Le dépôt d'une demande d'aide financière s'effectue par l'entremise du portail de dépôt sécurisé [SOD@ccès](#). Notez que le numéro de programme dans SOD@ccès pour le Programme d'aide à la promotion pour les entreprises en musique et du spectacle est le **30-58-00**.

Veillez vous référer au Guide pour la présentation d'une demande (à venir).

### Dates d'inscription

---

Le [calendrier de dépôt de projets](#) pour l'exercice financier en cours est accessible dans le site de la SODEC.

<sup>1</sup> Voir l'annexe (à venir) sur les normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique. L'entreprise recevra un diagnostic sur ses pratiques d'adoption et d'utilisation des normes communes. Un critère d'admissibilité lié à l'adoption des normes communes en découvrabilité entrera en vigueur dès l'année financière 2027-2028.

<sup>2</sup> Dans le cadre de sa planification stratégique, la SODEC entend inclure des mesures incitatives dans tous ses programmes et accompagner les entreprises pour la réduction de leur empreinte écologique. Un critère d'admissibilité lié à l'adoption de critères liés à l'écoresponsabilité entrera en vigueur dès l'année financière 2027-2028.

# DÉFINITIONS

## Spectacle

Par spectacle, la SODEC entend des spectacles de musique, d'humour et des spectacles visant spécifiquement le jeune public.

## Jeune public

Par jeune public, la SODEC entend les jeunes de 16 ans et moins.

## Entreprise spécialisée

Les entreprises spécialisées sont définies comme celles dont les droits de propriété et de contrôle de l'entreprise sont majoritairement détenus et contrôlés par des personnes issues de communautés ethnoculturelles ou des Premières Nations, ou par des Inuits, ou celles dont les revenus sont principalement tirés de projets musicaux aux débouchés commerciaux limités et qui s'adressent à un public restreint.

## Artiste québécois

Dans le cadre de ce programme, le mot artiste fait référence à un artiste, un groupe ou un ensemble, composé de un ou plusieurs musiciens, interprètes, auteurs ou compositeurs musicaux, humoristes, et dont la résidence fiscale est au Québec. Certains artistes de la francophonie canadienne peuvent être considérés s'ils ont un lien contractuel avec une entreprises québécoise admissible au programme.

## Édition musicale

Par éditeur musical, la SODEC entend une entreprise qui travaille principalement à la valorisation d'œuvres musicales québécoises. Elle joue un rôle actif dans la promotion, le placement, l'exploitation des œuvres et gère les droits sur celles-ci.

## Œuvre musicale québécoise

Dans le cadre de ce programme, une œuvre musicale québécoise désigne la musique et des paroles ou de la musique uniquement dans le cas d'une œuvre instrumentale, composée à au moins 50 % par des autrices-compositrices et auteurs-compositeurs québécois.

## Spectacle à grand déploiement

Par spectacle à grand déploiement, la SODEC entend un spectacle québécois dont la circulation est restreinte et limitée et dont les coûts ne peuvent être amortis sur le seul marché québécois. Ceci inclut les spectacles dont le cachet total versé par le diffuseur au producteur du spectacle dépasse les maximums prévus dans le cadre du [programme d'aide additionnelle à la circulation](#).

## Producteur

Le producteur est détenteur des droits d'exploitation des spectacles et de contenus en musique et en humour. Il en soutient le risque financier aux étapes de la préproduction, de la production ou de l'exploitation. Dans le cas d'une coproduction avec une entreprise étrangère, l'entreprise québécoise doit détenir au moins 51 % des parts.

## **Diffuseur**

Le diffuseur obtient d'un producteur (directement ou par l'entremise d'un agent) le droit de présenter un spectacle devant public pour un nombre déterminé de représentations, dans un lieu donné.

## **Gérance**

Développement de la carrière des artistes québécois en musique ou en humour au moyen d'un accompagnement dans l'ensemble des activités professionnelles et de la mise en œuvre d'une stratégie globale d'image de marque de ses clients sur tous les canaux et par l'intermédiaire de tous les produits (spectacles, enregistrements sonores, médias sociaux, etc.).

## **Label**

Le label détient les droits d'exploitation de l'enregistrement sonore ou du spectacle de l'artiste. Sa fonction principale est la diffusion, la commercialisation et la promotion des titres de l'artiste ou de son spectacle.