

# Plan stratégique 2019-2022

Strategic plan

Guilde des musiciens et musiciennes du Québec



## Tableau de bord

### Objectifs stratégiques et cibles de résultat



## Quatre axes stratégiques

1. Rémunération et conditions socioéconomiques
2. Promotion, éducation et reconnaissance publique
3. Mobilisation et sentiment d'appartenance
4. Valorisation et attractivité

## Axe 1 : Rémunération et conditions socioéconomiques

OBJECTIFS STRATÉGIQUES	CIBLES DE RÉSULTATS (3 ans)	STATUT
<p><b>1. Assurer le respect des normes et des contrats en accroissant la présence de la Guilde sur les lieux de travail</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % des orchestres ont un délégué syndical</li> <li>• 100 % des ensembles subventionnés sont sous entente</li> <li>• Élargissement de la vigie à tous les secteurs (médias électroniques et scène)</li> <li>• Un ETC responsable de la vigie et présence sur les lieux de travail</li> </ul>	
<p><b>2. Valoriser les lieux de travail exemplaires en mettant en œuvre le projet de « Musique équitable »</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déploiement complet du projet « Musique équitable »</li> <li>• Financement durable du projet « Musique équitable » pour assurer son maintien et son développement à long terme</li> </ul>	
<p><b>3. Obtenir des gains pour les musiciens en participant activement aux consultations gouvernementales et au débat public, notamment pour la politique culturelle et la révision de la Loi sur le statut de l'artiste initiée par le gouvernement du Québec</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La musique et les musiciens demeurent des priorités dans la politique culturelle</li> <li>• Soutien actif de la Guilde au travail intersyndical pour les modifications à la Loi sur le statut de l'artiste</li> </ul>	
<p><b>4. Obtenir une meilleure répartition des revenus générés par les plateformes numériques, notamment par la contribution de la Guilde au sein de la Coalition Culture et médias</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintien de la pression                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sensibilisation</li> <li>○ Mobilisation</li> <li>○ Lobbying</li> </ul> </li> <li>• Constance et cohérence des activités de pression</li> </ul>	
<p><b>5. Permettre aux membres de maximiser leurs revenus en les informant de façon plus proactive sur leurs droits, notamment les droits des auteurs et des interprètes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement de nouvelles offres de formation, en collaboration avec le RAM et Compétence Culture                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Générales</li> <li>○ Pour des secteurs/domaines spécifiques</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>6. Moderniser les principes d'application des normes minimales en organisant une grande réflexion avec les membres</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rencontres de consultation à Montréal et à Québec en 2019</li> <li>• La suite dépend du résultat de consultation</li> </ul>	

## Axe 2 : Promotion, éducation et reconnaissance publique

OBJECTIFS STRATÉGIQUES	CIBLES DE RÉSULTATS (3 ans)	STATUT
<p><b>1. Faire bataille sur le maintien des cours de musique dans les écoles primaires et secondaires, en faisant également la promotion de l'accès des femmes aux instruments « typiquement masculins »</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excellente connaissance de la situation des cours de musique dans les écoles primaires et secondaires et des conditions de travail des professeurs de musique</li> <li>• Leadership dans le débat public et dans la mobilisation des partenaires</li> <li>• Plus de cours de musique dans les écoles primaires et secondaires</li> </ul>	
<p><b>2. Valoriser le travail du musicien et son métier en entreprenant des actions auprès du public qui mettent de l'avant son parcours</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Production de 5 à 10 capsules pour diffusion sur les médias sociaux                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Portraits</li> <li>○ Récits (<i>storytelling</i>)</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>3. Accroître la crédibilité/visibilité de la Guilde en développant des partenariats (logo dans les programmes des orchestres, des commissions scolaires, des festivals, des génériques d'émissions, etc.)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % des ensembles de musique classique</li> <li>• 100 % des émissions de variétés SRC/TVA/Télé-Québec</li> </ul>	

## Axe 3 : Mobilisation et sentiment d'appartenance

OBJECTIFS STRATÉGIQUES	CIBLES DE RÉSULTATS (3 ans)	STATUT
<p><b>1. Stimuler la conversation entre les musiciens en favorisant la communication et les relations entre les membres ainsi que des membres vers la Guilde</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à un calendrier d'activités sociales constamment mis à jour                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Québec</li> <li>○ Montréal</li> <li>○ Autres</li> </ul> </li> <li>• Sondages aux membres fréquents et réguliers (au moins 2 par trimestre)</li> <li>• 3 groupes fermés actifs sur les médias sociaux</li> <li>• Entracte revu et corrigé (édition des contenus et mode de diffusion)</li> </ul>	
<p><b>2. Célébrer le succès québécois dans le cadre d'un rendez-vous annuel, en concevant et organisant le Gala des musiciens et musiciennes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenue d'une 1<sup>re</sup> édition avant la fin 2020</li> </ul>	
<p><b>3. Élargir l'empreinte de la Guilde en développant un réseau d'ambassadeurs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 ambassadeurs <i>virtuels</i> (médias sociaux)</li> <li>• 1 délégué syndical pour chaque orchestre</li> <li>• Au moins 1 ambassadeur pour les régions suivantes, en plus de Québec et Montréal, pour les membres non représentés par un délégué syndical                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Outaouais</li> <li>○ Estrie</li> <li>○ Saguenay</li> <li>○ Bas-Saint-Laurent</li> <li>○ Centre-du-Québec et Mauricie</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>4. Entreprendre les échanges avec les futurs membres en allant à la rencontre des professeurs et des étudiants dans les cégeps et les universités (pour présenter la Guilde et sensibiliser à l'importance de la solidarité entre musiciens)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % des départements de musique, conservatoires, collèges et universités visités chaque année</li> </ul>	

## Axe 4 : Valorisation et attractivité

OBJECTIFS STRATÉGIQUES	CIBLES DE RÉSULTATS (3 ans)	STATUT
<b>1. Faciliter l'utilisation des outils en simplifiant notamment le « contrat Guilde »</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à un nouveau contrat simplifié</li> </ul>	
<b>2. Renforcer et élargir le lien entre les membres en faisant du Répertoire un outil de référence encore plus pertinent</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à de nouveaux champs de recherche, incluant l'enseignement et les compétences <i>extramusicales</i> des membres (pour publics externes)</li> <li>• Moteur de recherche plus performant pour les utilisateurs (membres et non membres)</li> <li>• Référencement Google optimisé</li> </ul>	
<b>3. Répondre davantage aux besoins des musiciens en développant une offre de services spécialisés et spécifiques pour eux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à un répertoire d'offres en santé auditive, ainsi qu'à des rabais pour les membres</li> <li>• Accès à un service de soutien pour les demandes de subvention</li> <li>• Évaluation de l'opportunité de mettre en place un service de représentation et de négociation personnalisée pour les membres</li> </ul>	
<b>4. Maintenir et développer un programme de formation de pointe, tant au niveau du contenu que du support (utilisation des technologies)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à un programme de formation professionnelle sur mesure apprécié par les membres, dirigé par la Guilde en collaboration avec Compétence Culture et les conseils régionaux de la culture</li> </ul>	
<b>5. Soutenir et accompagner les musiciens en transition de carrière</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à des services de soutien et d'accompagnement développés par la Guilde pour les musiciens professionnels</li> </ul>	

## L'approche globale — schéma

