

PROMOUVOIR LES COMPOSITEURS CANADIENS DE MUSIQUE CLASSIQUE LE CENTRE DE MUSIQUE CANADIENNE

Le Centre de musique canadienne (CMC) est un organisme à but non lucratif qui fait la promotion et la distribution du travail des compositeurs canadiens de musique classique. Le Centre dispose de bureaux régionaux à Sackville, à Montréal, à Toronto, à Calgary et à Vancouver. Il est financé par le Conseil des arts du Canada, les conseils provinciaux, les municipalités et des fondations privées. Il reçoit également des cotisations des compositeurs qui y sont associés et génère des revenus avec la vente de partitions, de billets de concert et d'enregistrements qui sont publiés sous son étiquette.

David Parsons est le directeur régional du CMC en Ontario. Il estime que le Mexique offre énormément de possibilités pour les compositeurs canadiens et s'est efforcé de promouvoir leur travail auprès d'acheteurs mexicains éventuels. Il précise cependant que le CMC s'intéresse davantage aux échanges culturels qu'aux échanges commerciaux. «Le Mexique présente beaucoup d'intérêt du fait de sa richesse culturelle et de son patrimoine musical, mais une grande partie de cette activité découle de liens commerciaux.» Le CMC est fort intéressé par les échanges culturels avec le Mexique. Il ajoute : «J'espère simplement que les intérêts commerciaux ne sont pas la seule motivation de ces échanges.»

Monsieur Parsons estime que le Canada et le Mexique ont beaucoup en commun en s'efforçant de conserver des identités nationales distinctes. «Il me semble qu'il y a des similitudes dans le travail des artistes mexicains et canadiens pour définir une identité distincte de celle des États-Unis. Il ajoute : «Les Mexicains ont un avantage par rapport à nous. Ils ont des racines culturelles et des styles de base plus cohérents que nous à exploiter et c'est très intéressant de les observer.»

suite à la page 24

LA TECHNOLOGIE

Les dirigeants des grands studios d'enregistrement affirment que l'essentiel de l'équipement qu'ils utilisent est fabriqué au Mexique. Par contre, *Televisa* déclare importer toute sa technologie du Japon, des États-Unis et d'Europe. Un dirigeant de l'*Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México*, Orchestre philharmonique de Mexico, précise que l'orchestre achète la plupart de ses instruments aux États-Unis.

PÉNÉTRER LE SECTEUR MEXICAIN DE LA MUSIQUE

Le niveau d'intérêt soulevé par le Mexique dans le milieu musical canadien dépasse de beaucoup la participation réelle à des projets mexicains. Pour évaluer les entraves à cette participation, un chercheur indépendant a diffusé un questionnaire à plus de 60 personnes et organismes dispersés dans tout le Canada. Cette enquête officielle, réalisée à la fin de 1996, s'adressait à des producteurs d'étiquettes indépendantes, à des distributeurs, à des agences, à des musiciens, à des compositeurs, à des éditeurs de musique et à un grand nombre d'associations professionnelles. On comptait parmi celles-ci les bureaux locaux de l'*American Federation of Musicians*, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique et le Centre de musique canadienne.

De nombreux organismes ont aussi convenu de mettre des copies du questionnaire à la disposition de leurs membres sur des babillards et lors de réunions. De plus, le questionnaire a été diffusé par des groupes de discussion sur Internet et des copies ont été remises lors d'événements musicaux.

Seules 12 réponses ont été reçues. Leur cohérence laisse cependant entendre qu'elles pourraient être représentatives. Les répondants ont indiqué qu'ils étaient compositeurs, auteurs ou éditeurs, quatre producteurs ou distributeurs d'étiquettes indépendantes, deux agents ou gestionnaires, deux musiciens, et une agence de promotion et de distribution. Aucun des répondants n'a déclaré faire d'affaires au Mexique, mais tous ont manifesté un intérêt et déclaré qu'il y a des possibilités au Mexique.

Ils ont mentionné plusieurs obstacles réels ou imaginaires :

- le manque de connaissance du milieu mexicain de la musique (10);
- la piraterie des enregistrements sonores et vidéo (8);
- l'instabilité de la devise mexicaine (7);
- le manque de programmes d'aide pour pénétrer ce marché (6);