



RIDEAU

Association
diffuseurs

professionnelle

des
de spectacles



Table des matières

Mot du président Page 03

Mot de la directrice générale Page 04

L'équipe Page 05

- La permanence
- Scène Pro
- Contratuel·les RIDEAU 2025

Mission, vision, valeurs Page 06

2024-2025 en bref Page 07

- Affaires publiques
- Service aux membres et formation continue
- Développement durable
- Communications
- Scène Pro

RIDEAU 2025 Page 15

- RIDEAU 2025 en chiffres
- Faits saillants
- Un événement écoresponsable et accessible
- Communication et promotion

Missions, représentations et adhésions Page 21

- Chez nos membres
- Au sein de notre milieu
- À l'international
- Adhésions

La gouvernance Page 23

- Les membres du CA 2024-2025
- Réunions du Conseil d'administration
- Commission et comités

Annexes Page 26

1. Liste des membres RIDEAU 2024-2025
 2. Portrait statistique détaillé
 3. Suivi de la planification stratégique
 4. États financiers au 31 mai 2025
 5. Budget 2025-2026
-

Nos partenaires Page 66

Mot du président

Chers-ères collègues et collaborateur-trices,

Nous avons été témoins cette année d'une mobilisation sans précédent. Jamais autant d'associations et de regroupements disciplinaires n'ont parlé d'une même voix avec des revendications aussi claires. Le travail du Front commun, mais aussi de nos membres qui ont sollicité leurs élus sur l'ensemble du territoire, a porté fruit. C'est une grande victoire pour le milieu des arts vivants que cette bonification des crédits permanents dédiés aux programmes du Conseil des arts et des lettres de plus de 50 %. C'est la plus importante augmentation consentie par le gouvernement depuis la création du CALQ.

Notre association fait preuve d'un leadership majeur dans l'écosystème culturel québécois et RIDEAU a joué un rôle pivot dans le Front commun. Nous poursuivons d'ailleurs le travail pour nous assurer que ces nouveaux crédits viennent bonifier les enveloppes octroyées à nos membres. Nous sommes également mobilisé-es au sein de la Table de travail sur les arts de la scène, initiée par le ministre de la Culture et des Communications, Mathieu Lacombe. Les défis demeurent nombreux, et nous sommes en mode solution, prêtes à contribuer activement à l'amélioration des conditions sociales et économiques de notre secteur.

Je tiens à souligner la mise en route en janvier dernier d'une première cohorte de diffuseurs d'expérience pour la nouvelle formation Diffuseur-Leader. La professionnalisation et la consolidation des compétences de nos membres sont des préoccupations importantes pour RIDEAU et l'ajout de cette formation témoigne d'un engagement majeur en ce sens.

Cette rentrée culturelle d'automne marque la fin de mon implication au sein du conseil d'administration. Je suis de ceux qui croient qu'il faut permettre aux organisations que nous dirigeons de demeurer agiles et qu'il est sain d'un point de vue de gouvernance que de nouvelles énergies et personnalités s'imposent. Je suis entré au conseil d'administration il y a huit ans déjà et j'ai eu le plaisir de travailler avec de nombreux et nombreuses collègues passionné-es souhaitant s'investir dans notre association nationale.

J'ai eu le bonheur de côtoyer Julie-Anne Richard qui a propulsé notre association comme jamais. Sous son leadership, l'événement RIDEAU a pris de l'ampleur, notre programme de formation s'est enrichi considérablement et la plateforme Scène Pro s'est imposée comme une solution durable pour l'ensemble de notre secteur. Notre association est saine et énergique.

Je souhaite saluer le travail exceptionnel de la permanence de RIDEAU, qui s'affaire sans relâche à soutenir une mission ambitieuse pour ses membres. Merci infiniment à toutes les personnes qui y œuvrent au quotidien.

Des collègues, je vais retenir la passion et la fougue qui les anime aux quatre coins du Québec. Il y a tant d'inventivité, d'enthousiasme et de désir de provoquer la rencontre. Ils et elles m'inspirent chaque jour.

Ce fut un énorme privilège de représenter la diffusion pluridisciplinaire.

Amitiés,



David Laferrière



© Louis-Charles Dumais

Mot de la directrice générale

Chères et chers collègues,

L'année écoulée a été l'une des plus déterminantes pour notre secteur et pour RIDEAU. Dans un contexte où la fragilité du milieu des arts vivants n'a jamais été aussi manifeste, nous avons choisi de nous tenir debout, ensemble.

Le Front commun pour les arts, auquel RIDEAU a pris part avec conviction, a marqué un tournant dans la manière avec laquelle notre milieu s'affirme collectivement. En assurant un leadership fort dans ce vaste mouvement, RIDEAU a contribué à rallier plus de 20 organisations culturelles autour d'un même message : les arts sont essentiels et leur avenir mérite une action politique à la hauteur des enjeux. Grâce à ce travail de fond porté par des prises de position claires, des rencontres stratégiques et une mobilisation concertée, nous avons non seulement réussi à attirer l'attention, mais aussi à poser les bases de revendications structurantes pour la suite, qui pourront, je l'espère, trouver un terrain fertile à leur enracinement à la table de travail des arts de la scène.

Pendant ce temps, RIDEAU a poursuivi avec vigueur sa mission première : faire rayonner les œuvres, soutenir les professionnel·les et propulser la diffusion partout sur le territoire. RIDEAU 2025, 38^e édition de notre événement phare, en est une éclatante démonstration. Près de 1600 professionnel·les de l'écosystème des arts vivants ont convergé vers Québec pour une semaine de vitrines, de découvertes et de maillage exceptionnels.

68 propositions artistiques, 200 exposants, 14 ateliers et conférences, 19 prix remis, une mobilisation record de notre délégation internationale, des retombées économiques estimées à 3 M\$ – bref, une édition réjouissante qui a surpassé toutes les attentes et solidifié notre position comme plus important rendez-vous francophone des arts de la scène en Amérique.

Cette vitalité se reflète aussi dans notre offre de formations, qui a franchi un nouveau cap cette année avec le lancement de Diffuseur-Leader, un parcours pensé pour renforcer la posture stratégique et l'influence des diffuseurs dans un contexte de profonde mutation. Cette formation, combinée à nos autres initiatives, illustre notre volonté d'accompagner les membres dans une professionnalisation continue, ancrée dans les réalités de terrain.

Du côté de Scène Pro, nous avons consolidé les acquis et fait avancer plusieurs projets d'envergure pour le secteur. Ce chantier numérique est devenu un levier structurant de plus en plus reconnu, tant pour la mutualisation des données que pour l'enrichissement de notre intelligence sectorielle. RIDEAU y exerce là aussi un rôle moteur, en phase avec sa mission d'innovation au service de la diffusion.

Aujourd'hui, je peux affirmer avec confiance que RIDEAU est plus forte, plus influente et plus respectée que jamais. Notre association est en santé, portée par une équipe compétente et profondément engagée. Cette force nous permet de regarder l'avenir avec

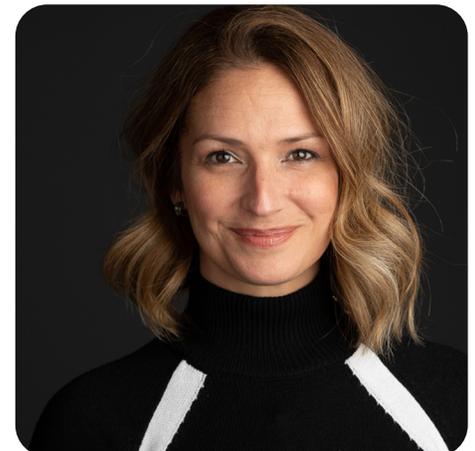
lucidité, mais surtout avec espoir. Nous savons que les défis sont nombreux : transition numérique, écologique, amélioration des conditions de travail, renouvellement des publics... Mais nous avons aussi, avec vous, les ressources et la volonté pour les affronter.

Merci à toutes celles et tous ceux qui, à travers leur travail, leur présence, leurs idées, contribuent à faire vivre un réseau de diffusion diversifié, courageux et inspirant. Enfin, un merci tout particulier à David Laferrière, aux côtés de qui j'ai eu le bonheur de travailler ces dernières années. David, ton engagement, ta vision, ta disponibilité et ta bienveillance ont grandement contribué à l'épanouissement de notre association, et au bonheur de notre équipe. Merci pour tout ça.

Solidairement,



Julie-Anne Richard



© Louis-Charles Dumais

L'équipe

La permanence



Julie-Anne
Richard
Directrice générale



Paule
Vaillancourt
*Directrice de la
programmation*



Marjolène
Turcotte
*Directrice
Expérience client*



Julien H.
Maheu
Directeur administratif



Myriam
Caron
*Responsable des
communications*



Marie-Line
Gagné
*Coordonnatrice
Service aux membres
et formation*



Béatrice
Germain
Designer graphique



Olivier
Brouillette-Deblois
Adjoint administratif

Scène Pro



Marie-Pier
Pilote
*Directrice Projets et
développement numérique*



Marie-Noëlle
Bois
*Administratrice système
Scène Pro*



Contractuelles RIDEAU 2025



Ève
Pujol
*Coordonnatrice
de production*



Ariane
Gemme
*Coordonnatrice
Place du marché*



Claudelle
Marcoux
*Coordonnatrice
Expérience client*



Milan
St-Pierre
*Directeur
Technique*

Mission, vision, valeurs

Mission

RIDEAU participe au développement et à la reconnaissance de la profession de diffuseur ainsi qu'à la promotion des droits et des intérêts de ses membres.

Cette mission s'incarne par des initiatives favorisant la professionnalisation, par la réalisation de l'événement RIDEAU et par une offre variée de ressources allant de l'information à la mutualisation de services.

Valeurs

Écoute : RIDEAU est ouverte et accessible. Elle crée des espaces d'échange sains et porte attention en continu aux besoins et attentes du milieu.

Leadership : RIDEAU rassemble et concerte les acteurs clés du secteur afin de répondre de façon structurante à leurs enjeux et à leurs besoins.

Bienveillance : RIDEAU cultive des liens de confiance durables avec l'ensemble des acteurs dans une approche attentive et respectueuse.

Agilité : RIDEAU est au fait des transformations du secteur et s'adapte en continu afin de rester pertinente et à l'avant-garde des tendances.

Inclusion : RIDEAU est sensible aux réalités plurielles, elle reconnaît les spécificités de chaque acteur et leur assure un traitement équitable.

Vision

En 2028, RIDEAU devient le principal moteur de transformation de l'écosystème des arts de la scène au Québec. Elle rassemble et concerte ses acteurs clés et met en place des actions structurantes pour le secteur. Elle est reconnue comme un acteur influent pour agir sur les enjeux de la diffusion.

Grands objectifs organisationnels

1. Affirmer le leadership de RIDEAU au sein de l'écosystème des arts de la scène ;
2. Déployer une offre de services et de produits à fort impact, répondant aux besoins des membres et du milieu ;
3. Renforcer le positionnement et le rayonnement de RIDEAU sur la scène nationale et internationale ;
4. Optimiser le modèle économique de RIDEAU.



2024-2025 en bref

Affaires publiques

Les enjeux budgétaires ont été au cœur des représentations gouvernementales qui ont été menées tout au long de l'année par RIDEAU. Réuni au sein d'un collectif fort, le Front commun pour les arts, RIDEAU a milité sans relâche afin que le budget d'opération du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) puisse être consolidé et bonifié.

RIDEAU s'est aussi impliquée au sein du Groupe de fréquentation des arts de la scène (GTFAS) et a poursuivi son action de sensibilisation auprès du Comité de concertation sur les sorties scolaires en milieu culturel.

Concertations

Le Front commun pour les arts (FCA)

Au lendemain du dévoilement du budget décevant de 2024, une vingtaine d'organisations et de regroupements se sont mobilisés en un Front commun pour les arts. Cette coalition s'est constituée en réaction à la diminution du financement public dans le secteur des arts, dans un contexte post-pandémique où les défis économiques, sociaux et structurels s'intensifient.

Principales revendications du FCA :

Les quatre revendications portées par FCA, telles que définies dans les communications publiques :

1. **Porter à 200 M\$ les crédits permanents du CALQ** dès la prochaine année financière.
2. **Consolider les budgets du CALQ en rendant l'ensemble de ses crédits permanents**, afin d'éviter les fluctuations annuelles et assurer la stabilité financière du secteur.
3. **Systématiser l'indexation des programmes du CALQ** pour tenir compte de l'inflation et de la hausse des coûts de fonctionnement des organismes culturels.
4. **Faire de la culture d'ici une véritable priorité gouvernementale dotée d'une vision à long terme** pour soutenir durablement les milliers d'artistes et travailleurs culturels du Québec.

Communiqué d'octobre [voir](#)
 Communiqué de janvier [voir](#)
 Page web FCA [voir](#)

Le 25 mars 2025, le gouvernement du Québec rendait public le budget 2025-2026, lequel portait les crédits annuels du CALQ à 200 millions de dollars pour les trois prochaines années.

Le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène – GTFAS

Le GTFAS a rendu publique la seconde mouture de son *Étude des publics des arts de la scène au Québec* le 17 septembre 2024.

Il s'est ensuite réuni à quatre reprises afin de faire le point sur les retombées de l'étude et définir les prochains mandats qui seront abordés par le groupe.

Communiqué du GTFAS [voir](#)
 Étude du GTFAS [voir](#)

Le comité de concertation sur les sorties scolaires en milieu culturel

Sylvie Lessard continue de représenter RIDEAU au comité de concertation sur les sorties scolaires en milieu culturel, lequel s'est réuni à trois reprises durant l'année scolaire 2024-2025. La saison marque la poursuite de la mesure gouvernementale 15186 offrant deux sorties culturelles gratuites par an à tous les élèves du Québec.

Malgré une certaine stabilité retrouvée après la pandémie et les négociations syndicales, plusieurs défis persistent : coût et organisation du transport, méconnaissance des mesures budgétaires, roulement élevé du personnel scolaire, ainsi que des difficultés de coordination entre les milieux culturel et éducatif. Certains secteurs, comme le cinéma ou la musique, connaissent une reprise partielle, mais demeurent fragiles face à la baisse des budgets et à la complexité de la planification de la sortie. Un modèle d'organisation centralisé présenté par un centre de services scolaires montre des résultats encourageants en structurant les sorties et en optimisant les ressources disponibles, même si des limites budgétaires persistent. Des efforts sont faits pour améliorer la circulation de l'information et encourager la médiation culturelle. Des outils d'accompagnement pour les enseignants sont proposés, tandis qu'on insiste sur l'importance de soutenir les ressources culturelles locales pour réduire les coûts. Enfin, il est confirmé que la mesure budgétaire pour les sorties culturelles n'est pas touchée par les récentes compressions, même si la gestion globale des budgets scolaires demeure complexe.

Représentations

Gouvernement du Québec

Campagne de relations publiques

Les membres du Front commun pour les arts (FCA) ont élaboré une campagne de relations publiques efficace qui a permis aux membres de voir leurs efforts récompensés au plus récent budget du Québec. Leur stratégie consistait à travailler de manière concertée toute l'année durant et de s'adresser publiquement au gouvernement d'une seule et même voix.

Pour l'aider dans la préparation de ses stratégies, le FCA a retenu les services de TACT, une organisation dont l'expertise en relations publiques est bien connue. Le groupe a aussi fait appel au service de l'agence Upperkut pour créer un visuel percutant et mobilisateur.

[voir la campagne](#)

Les actions menées :

Conférences de presse publiques :

- **Octobre 2024** à l'Agora de la danse, pour lancer l'appel à un réinvestissement massif dans le secteur et rendre publiques les revendications du Front.
- **Janvier 2025** à HEC Montréal, pour faire pression à l'aube du budget provincial.

Mobilisation concertée :

- Rédaction et diffusion de communiqués communs signés par l'ensemble des membres.
- Mise à contribution des membres dans l'organisation de rencontres politiques ciblées avec des députés régionaux.
- Rencontres privilégiées des représentants du ministère de la Culture et des Communications, du ministère des Finances, du Cabinet du Premier ministre.
- Participation conjointe à des consultations publiques, notamment en amont du budget 2025-2026.

Sensibilisation du grand public et des parties prenantes :

- Coordination de prises de parole médiatiques et de tribunes d'opinion.
- Présence active dans les événements culturels pour amplifier les messages du Front.

Désignée comme porte-parole du Front commun pour les arts aux côtés de trois autres organisations, RIDEAU a participé activement au dialogue s'étant établi entre le cabinet du ministre de la Culture et des Communications et les membres de la coalition. Dans la foulée des revendications exprimées par le Front à l'automne 2024, RIDEAU a pu sensibiliser le ministre Mathieu Lacombe et son personnel aux réalités de ses membres et du milieu. Soucieux de trouver un dénouement favorable à cette crise, le ministre a mis sur pied une table de travail sur les arts de la scène, laquelle a pour mandat de proposer au ministère une feuille de route censée le guider dans l'établissement de ses chantiers d'action prioritaires. Depuis mai, RIDEAU a participé à trois rencontres de cette table de travail.



Caroline Gignac, directrice générale du Conseil québécois du théâtre (CQT), Julie-Anne Richard, directrice générale de RIDEAU, François Colbert, professeur titulaire à HEC Montréal et titulaire de la Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux, et Tania Kontoyanni, présidente de l'Union des artistes (UDA), lors de la conférence de presse du 29 janvier à HEC Montréal.

Mémoire et représentations prébudgétaires

RIDEAU déposait en janvier au nom du Front commun pour les arts un mémoire économique en prévision des consultations prébudgétaires. L'énoncé faisait état de besoins de soutien supplémentaire à la hauteur de 200 M\$. Ces sommes viendraient, en partie, combler le manque à gagner autant au fonctionnement qu'en programmation spécifique des organismes.

[consulter](#)

Réactions au budget 2025-2026

Des membres du Front commun pour les arts étaient présents lors du huis clos budgétaire, le 25 mars dernier. C'est avec une joie manifeste que nous avons été à même de constater que la demande phare du FCA de porter à 200 M\$ le budget annuel du CALQ avait été entendue. En effet, le gouvernement a pris acte de la nécessité d'augmenter la base budgétaire de sa société d'État. Il fait passer celle-ci de 106 M\$ à 165 M\$. À ces crédits permanents, il a ajouté 35 M\$ sur 3 ans. RIDEAU a assuré un fort leadership au sein de cette coalition. Bien que nous soyons très heureux du dénouement de cette crise, nous demeurons lucides, sachant que les besoins de l'ensemble des organisations demeurent bien au-delà des sommes dont dispose maintenant le CALQ.

[consulter](#)

Service aux membres et formation continue

Formation

Fidèle à sa mission et grâce au soutien financier de Compétence Culture pour l'embauche d'une ressource dédiée à la formation continue, RIDEAU a poursuivi en 2024-2025 le développement et la diversification de son offre, permettant à ses membres de bénéficier de formations spécialement conçues pour répondre à leurs réalités.

Profession Diffuseur 4^e cohorte

Débutée en février 2024, la 4^e cohorte de Profession Diffuseur a complété l'entièreté de son parcours en décembre 2024, totalisant 140 heures de formation. Les participant-es ont renforcé leurs connaissances en vision artistique, en négociation de contrats, en gouvernance, en gestion des ressources humaines, en connaissance de leur milieu, en planification stratégique, en mise en marché de leur programmation et en développement des publics. Cette expérience a non seulement consolidé leurs compétences, mais a aussi créé une véritable communauté de pratique, porteuse de collaborations et de retombées durables pour le milieu. Ce programme est possible grâce au Fonds de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre (FDRCMO), administré par la Commission des partenaires du marché du travail.



Cohorte de Profession Diffuseur 2024 © Louis-Charles Dumais



Cohorte de Diffuseur-Leader 2025 © Louis-Charles Dumais

Formation-action : Expérience spectateur

Cette formation-action a outillé les gestionnaires et responsables de salles dans l'amélioration concrète de l'expérience spectateur (l'expérience client personnalisée pour les diffuseurs de spectacles). Grâce à une alternance d'ateliers en présence et à distance, soutenus par des expérimentations entre les sessions et un accompagnement personnalisé, les participant-es ont appris à écouter les attentes des spectateurs à chaque étape de leur visite et à mettre en place des pratiques innovantes pour augmenter leur engagement. Facilitée par Pierre Daems, expert en expérience client, la formation a réuni 14 participant-es répartis en binômes issus de 7 organisations différentes en diffusion. Elle a été rendue possible grâce au soutien du programme Intervention-Compétence de Compétence Culture.

Formation : Introduction à ChatGPT

RIDEAU a également offert cette formation courte et pratique (3 h + 1 h d'accompagnement individuel) destinée aux gestionnaires culturels pour mieux utiliser ChatGPT dans leurs communications, leurs tâches administratives et leurs stratégies internes. Animée par Mickaël Spinnhirny, elle a réuni une vingtaine de membres qui en ont bénéficié, tant en présence qu'en ligne. Cette formation a été rendue possible grâce au programme Intervention-Compétence de Compétence Culture.

Diffuseur Leader – Un nouveau parcours de formation pour gestionnaire aguerrie !

De mars à juin 2025, RIDEAU a déployé son tout nouveau parcours de formation totalisant 91 heures. Toujours alignée avec sa mission de professionnaliser les diffuseurs de spectacles, l'association est fière d'avoir obtenu le financement nécessaire pour lancer cette formation, destinée cette fois aux gestionnaires expérimenté-es de lieux culturels. Diffuseur-Leader a été conçu en étroite collaboration avec le Centre de formation continue Laurent-Beaudoin, affilié à l'Université de Sherbrooke. Ce sont 13 participant-es occupant des postes en direction qui ont pu approfondir la connaissance de leurs marchés, optimiser leurs communications, renforcer les composantes d'une saine gestion d'entreprise et du capital humain. Orienté vers le développement et la compréhension d'un bon leadership de gestion et donné par des professeurs universitaires, Diffuseur-Leader a permis aux participant-es de produire leur propre *Business Model Canvas* à travers les différentes composantes touchées tout au long du parcours de formation.

Tous ces projets totalisent presque **200 heures de formation** offertes par RIDEAU à ses membres pendant l'année 2024-2025!

Listes des participant·es

Profession Diffuseur 2024

Marie Eve Archambault	Centre des arts Juliette-Lassonde de Saint-Hyacinthe
Simon Beaulieu	Théâtre du Marais
Stéphanie Bernard	Arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville
Stéphanie Boilard	Diffusion Inter-Centres
Jérémy Boulet	Arts de la scène de Montmagny
Sara Castonguay	Cabaret Lion d'Or
Sandy Fortier	Centre des arts Juliette-Lassonde
Nicolas Fortier	Café culturel de la Chasse-galerie
Mylène Gagnon	SPEC du Haut-Richelieu
Pascale Jodoin	VALSPEC
Valérie Laurin	Théâtre le Patriote
Audrey Laviguer	SPEC du Haut-Richelieu
Virginie L'Écuyer	SPEC du Haut-Richelieu
Laurence Lepage	Azimet diffusion
Soraya Miranda	Ville de Montréal – Arrondissement de Ville-Marie
Pascale René de Cotret	Ville de Montréal – Maison de la culture Mercier
Étienne St-Laurent	Odyscène
Andréa Thibault	Moulin du Portage
Nancy Ramsay	Moulin Marcoux
Stéphanie Vautour-Taillefer	Théâtre Desjardins
Alexandra Vincent-Paquin	Le Rift inc.

Diffuseur-Leader 2025

Remi Verreault	Animation Centre-ville Sherbrooke
Nicolas Fortier	Café culturel de la Chasse-galerie
Frederic Messier	Maison de la culture de Waterloo
Marie-Pierre Simoneau	Maison des arts Desjardins Drummondville
Dominique Lapierre	Théâtre de la Ville
Claudia Dupont	La nouvelle société
Karl Grondin	Les Amis du Théâtre Belcourt
Angela Konrad	USINE C
Mylène Robillard	Maison de la culture Notre-Dame-de-Grâce
Véronique Bernier	Diffusion Avant-Scène
Evelyne Chagnon	Diffusion Hector-Charland
Chantal Lamoureux	Odyscène
Nathalie Cauwet	Rencontre Théâtre Ados

Projets et programmes

PADO – CAPACOA

Le programme d'accompagnement en développement organisationnel (PADO) a permis en 2024-2025 de soutenir neuf membres de RIDEAU, totalisant un soutien de **86 029 \$**. La nature des projets porte principalement sur la planification stratégique, l'optimisation des pratiques internes et la diversification des revenus. Ils misent sur des diagnostics organisationnels, des analyses de marché et la mise en place de politiques structurantes afin d'améliorer la gouvernance, la gestion des ressources humaines et la synergie d'équipe. Plusieurs intègrent aussi des démarches de gestion du changement et de développement de nouvelles pratiques de diffusion pour accroître la pérennité et l'impact auprès des publics, de la réalisation d'une nouvelle planification stratégique à la formation d'employé-es pour une meilleure utilisation des données de billetterie, en passant par la production d'un plan de médiation culturelle. En collaboration avec **CAPACOA**, le **PADO** est devenu une source incontournable de soutien autant auprès du membrariat de RIDEAU que de celui de CAPACOA. En tout et partout au Canada, 15 projets ont pu être réalisés grâce à ce soutien financier totalisant une somme de **139 999 \$**.

Nouveaux membres

Le Centre Sanaaq a rejoint le membrariat de RIDEAU en 2024-2025. Nous sommes ravis de vous accueillir dans la grande famille de RIDEAU!

Les liens solides tissés au fil du temps et la confiance que la majorité des membres accordent à l'Association témoignent de son importance dans le milieu. Renforcée par une représentation efficace auprès des instances gouvernementales ces dernières années, cette reconnaissance continue d'attirer de nouvelles organisations en diffusion des arts de la scène.

Rencontre annuelle des membres

Les **9 et 10 septembre 2024**, au Centre culturel Desjardins de Joliette, notre Rencontre annuelle des membres a réuni une quarantaine de participant-es. Au programme : nouvelles de l'Association, conférence sur l'épuisement professionnel, échange sur la philanthropie, moments de réseautage (cocktail au Musée d'art de Joliette, souper à la Brasserie Albion) et, le lendemain, une rencontre avec le CALQ suivie de notre AGA. Deux journées conviviales et structurantes qui ont nourri les pratiques, renforcé les liens entre pairs et dynamisé la vie associative.

Portrait statistique

Au 31 mai 2025, RIDEAU comptait **167 membres** se composant ainsi :

142 membres actifs,
10 membres associés,
3 membres affiliés,
11 membres réseaux,
1 membre compagnon.

Voir la liste des membres en annexe 1.



Dr Nicolas Chevrier, psychologue © Louis-Charles Dumais



André Racette, directeur du soutien à la diffusion et au rayonnement international, le président et la directrice de RIDEAU et Véronique Fontaine, PDG par intérim, au moment de prendre la photo. © Louis-Charles Dumais



RAME 2024 © Louis-Charles Dumais

Développement durable

La 38^e édition de notre événement a permis de renforcer notre plan d'action écoresponsable, notamment par la compensation des émissions de GES liées aux déplacements des participantes, des panélistes et de notre équipe, un enjeu qui nous tient particulièrement à cœur. En partenariat avec l'organisme Planetair, c'est **145 tonnes de gaz à effet de serre qui a été compensé** entre le 1^{er} juin 2024 et le 31 mai 2025 grâce, entre autres, à des projets certifiés « Gold Standard » et à des projets climatiques au Québec.

Notre collaboration avec GO Zéro s'est poursuivie, contribuant une fois de plus à détourner une quantité significative de déchets non recyclables issus des coulisses, normalement exclus des circuits de recyclage traditionnel. Tous les cocktails servis pendant l'événement proposaient un menu entièrement végétarien et les participant·es étaient invité·es à adopter des gestes écoresponsables en suivant notre guide de l'écoparticipant. Et pour une troisième année, RIDEAU a récompensé le kiosque le plus écoresponsable de la Place du marché, soulignant ainsi les efforts des exposants en matière de durabilité.

Au sein même de nos bureaux, le respect de l'environnement et la qualité de vie des employé·es demeurent prioritaires. Parmi les initiatives qui sont renouvelées : abonnement collectif à Communauto, congés menstruels illimités, achat de mobilier de seconde main, distribution hebdomadaire de fruits frais et menus végétariens offerts lors de nos rencontres internes ou avec nos membres.

[consulter notre plan écoresponsable](#)



Communications

Si RIDEAU s'est d'abord fait connaître grâce au rayonnement de son événement phare, son rôle s'est élargi : elle est aujourd'hui reconnue pour son leadership en matière de représentation auprès des décideurs publics et des médias. Forte de cette légitimité, RIDEAU agit comme voix experte sur les enjeux du secteur et continue de porter haut les intérêts de ses membres, ce qui s'est traduit par une visibilité médiatique soutenue au cours des derniers mois.

RIDEAU dans les médias

Mise sur pied par Le Front commun pour les arts, dont RIDEAU fait partie, et la firme de communication TACT, la campagne « La culture mérite mieux que d'être fauchée » a su rassembler une vaste communauté au cours des derniers mois : artistes, technicien·nes, diffuseurs, producteurs et professionnel·les des arts de la scène se sont mobilisé·es avec une grande solidarité. Parmi les moments forts de la campagne, mentionnons la conférence de presse du 2 octobre à l'Agora de la danse qui a lancé la campagne et la seconde, le 29 janvier pour rappeler l'urgence de la situation. À cette occasion, les 21 organismes membres du Front commun ont profité du dépôt de leur mémoire prébudgétaire pour interpeller les médias et rappeler au gouvernement l'urgence de réinvestir dans le secteur culturel. Grâce à cette mobilisation exceptionnelle, le gouvernement du Québec a reçu et entendu l'appel. Cette initiative d'envergure a d'ailleurs été reconnue publiquement : le Front commun pour les arts et l'agence TACT ont remporté les prix Platine et Coup de cœur stratégique lors du Gala de la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP), soulignant ainsi l'impact et la qualité de cette campagne.

[consulter la revue de presse](#)



Julie-Anne Richard, directrice générale de RIDEAU, en entrevue avec Radio-Canada, lors de la conférence de presse du 29 janvier à HEC Montréal.



Infolettres

Soucieuse de rester près de ses membres et de refléter leur réalité, RIDEAU enrichit continuellement ses infolettres. Qu'il s'agisse des éditions liées à l'événement (RIDEAU 2025, Le Quotidien RIDEAU) ou de celle destinée aux membres, ces outils demeurent essentiels pour communiquer efficacement. Avec un taux d'ouverture de 61 %, l'infolettre des membres reste un canal privilégié pour diffuser rapidement l'information.

Réseaux sociaux

RIDEAU a diversifié sa présence numérique par la publication de capsules vidéo pendant son événement. Ce contenu plus attractif est venu dynamiser nos réseaux sociaux et augmenter notre nombre d'abonnés.

FACEBOOK : 11746 (+352)
 INSTAGRAM : 3676 (+586)
 LINKEDIN : 1816 (+499)

Scène Pro

Une année de consolidation stratégique et d'avancées technologiques

L'année 2024-2025 a marqué une étape clé pour Scène Pro, portée par une vision claire, des investissements structurants et une mobilisation continue du milieu. Grâce au soutien du ministère de la Culture et des Communications, confirmé en février 2024 par un engagement de 1 354 227 \$ sur trois ans, Scène Pro a pu entamer plusieurs chantiers essentiels à la pérennité de la plateforme et à sa capacité à répondre aux besoins évolutifs du secteur.

Des chantiers de fond pour une infrastructure robuste

Une refonte technologique majeure a été réalisée, incluant la migration du *framework* Angular, la modernisation des outils (VueJS 3, Azure API Management), la mise en place de pipelines CI/CD et l'implantation de tests automatisés. Ces avancées techniques, bien que peu visibles pour l'utilisateur, ont permis de stabiliser la plateforme et d'augmenter sa performance.

Interconnexion, circulation des données et gouvernance

En 2024-2025, Scène Pro a franchi une étape déterminante vers une interopérabilité accrue entre les systèmes du secteur culturel. Le développement des premières API a été amorcé, accompagné d'un important travail d'analyse des besoins, de documentation technique et d'automatisation des imports de données. Ces avancées visent à structurer un écosystème de partage fiable, fluide et aligné avec les usages réels du milieu.

Dans ce contexte, **un comité de gouvernance des données a été officiellement mis en place en juin 2024**. Ce comité vise à encadrer l'accès aux données de Scène Pro de façon rigoureuse, équitable et transparente, en s'appuyant sur des critères clairs, des outils partagés (grille d'analyse, formulaire de demande, modalités de licence) et une approche fondée sur les valeurs du secteur. Il joue un rôle essentiel pour évaluer les demandes d'accès aux données selon leur finalité, leur alignement avec la mission de Scène Pro et leur niveau de risque ou de complexité. Ce cadre permettra à la plateforme de répondre à la croissance des usages tout en préservant la valeur collective des données structurées et la confiance entre les acteurs du secteur.

Travaux sur les vocabulaires et gouvernance des données

En parallèle, des chantiers de mise à jour du vocabulaire contrôlé (théâtre et musique) ont été menés avec rigueur et expertise, en collaboration avec Jacynthe Plamondon-Émond, d'InTempo Musique, et Céline Brassard, du Conseil québécois du théâtre. Ces travaux contribueront à structurer les données culturelles selon les pratiques actuelles du milieu, facilitant leur découvrabilité et leur alignement avec les normes internationales.

Rayonnement et partenariat

Scène Pro a également poursuivi sa participation active aux événements du secteur, notamment dans l'Espace numérique de la Place du marché RIDEAU, en dialogue avec les autres grands projets numériques. Ce lieu d'échange a permis de valoriser les avancées collectives tout en approfondissant les réflexions sur les enjeux de découvrabilité, de diversité et d'équité dans les environnements numériques.

Une équipe renforcée

L'année a aussi été marquée par l'arrivée de Marie-Noëlle Bois dans l'équipe, qui apporte une expertise précieuse en accompagnement, coordination et veille sectorielle. Son intégration renforce la capacité de Scène Pro à maintenir un lien étroit avec les milieux utilisateurs, à structurer ses actions et à soutenir la gouvernance collaborative du projet.



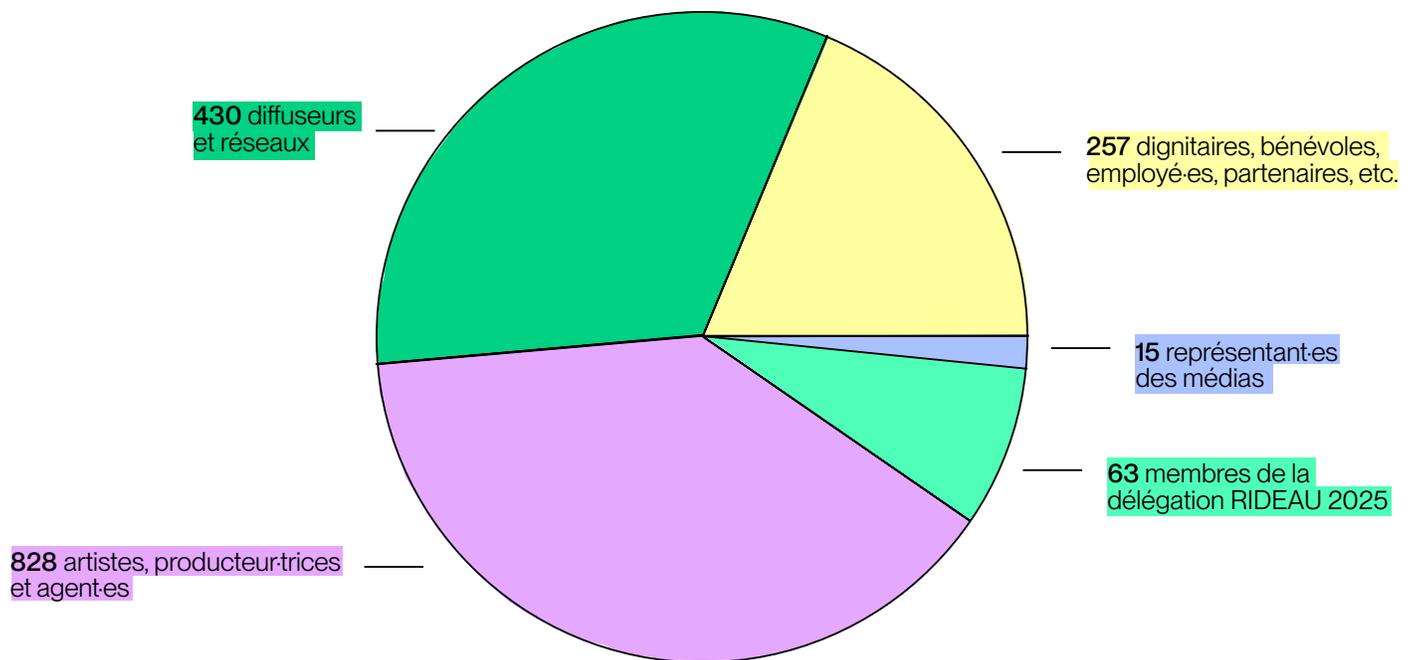
Marie-Noëlle Bois, Administratrice système Scène Pro.

RIDEAU 2025

RIDEAU 2025 a connu un vif succès, réunissant près de 1600 participant-es du secteur des arts vivants du 16 au 20 février, à Québec. Soutenue par de nombreux partenaires publics et privés, cette 38^e édition a confirmé l'importance de l'événement sur la scène culturelle nationale ainsi que son rôle essentiel dans la circulation des spectacles au Québec et à l'étranger.

RIDEAU 2025 en chiffres

1593 participant-es dont :



RIDEAU c'est aussi

68 vitrines

11 lieux de diffusion

2 cocktails réseautage

1 gala de l'industrie

1 journée forum

14 ateliers et conférences

34 panélistes invité-es

200 exposants à la Place du marché

57 partenaires

19 prix remis

106 accréditations offertes à notre communauté professionnelle

1340 billets remis gracieusement au grand public

3 M\$ de retombées économiques annuelles*

* Source : Étude d'impact économique, RIDEAU 2023 (Bureau d'études stratégiques et techniques en économique [B.E.S.T.E])

Faits saillants

- Un début sous une tempête mémorable!
- 1593 participant-es, un nombre record!
- 63 diffuseurs membres de la délégation provenant de l'international et d'ailleurs au Canada. Du jamais vu!
- 106 accréditations offertes à notre communauté professionnelle.
- 1340 billets remis gracieusement au grand public.
- Un compte Instagram qui a généré 10 fois plus de vues que l'an dernier durant l'événement.
- Une nouvelle expérience de mentorat proposée aux diffuseurs vivant leur premier RIDEAU.
- Un nombre inégalé de 200 kiosques d'exposants à la Place du marché, qui ont attiré plus de 800 personnes par jour.
- L'ouverture officielle du Café Juste pour Divertir.
- Une valeur de plus de 60 000 \$ offerte en prix par nos partenaires aux artistes et aux diffuseurs lors du Gala RIDEAU.

Des retombées artistiques marquantes

RIDEAU demeure un tremplin incontournable pour la diffusion des œuvres artistiques. Selon le sondage de satisfaction de 2025, 99 % des répondant-es ont fait des découvertes dans la programmation officielle, et tous-tes les artistes en vitrine ont suscité l'intérêt des professionnel·les. Le nombre de représentations prévues chez les diffuseurs par spectacle présenté en vitrine à l'événement se situe entre 31 et 62.

Cocktail d'ouverture

Malgré une tempête majeure, plus de 450 professionnel·les se sont rassemblé-es au Grand Théâtre de Québec pour le cocktail d'ouverture de la 38^e édition de RIDEAU. À cette occasion, le président, David Laferrière, a remis le prix Reconnaissance 2025 à Sylvie Lessard, cofondatrice de la Rencontre Théâtre Ados. Le Grand Théâtre a également décerné la Bourse Karim-Ouellet à l'artiste wendat Sandrine Masse.



Forum RIDEAU 2025 : Pousser la réflexion encore plus loin

Présenté par la Caisse de la culture Desjardins, le Forum RIDEAU 2025 a réuni 657 participant-es le 17 février au Centre des congrès de Québec. Ouvert au public en ligne, l'événement proposait 14 conférences et ateliers sur des enjeux clés du secteur, tels que l'IA, le stress au travail et le leadership féminin, avec des invité-es de renom comme Mitsou Gélinas, Jean-Martin Aussant et Sonia Lupien. Plusieurs contenus sont disponibles en balado sur le site web de l'événement.

[en savoir plus](#)



Vitrines de spectacles

La Sélection officielle RIDEAU 2025 a mis en valeur 68 propositions artistiques – vitrines et présentations express – couvrant chanson, théâtre, danse, musique, cirque, humour, et plus. Choisie par 59 diffuseurs membres de jurys disciplinaires, la programmation a fait rayonner des talents d'ici et d'ailleurs dans 11 lieux de diffusion dans la ville de Québec.



Place du marché

La Place du marché, cœur du réseautage à RIDEAU, a réuni plus de 800 personnes par jour au Centre des congrès de Québec. Avec 200 kiosques et des Présentations express sur scène, l'espace a favorisé les échanges professionnels. Nouveauté 2025 : des stands modulables et une formule de multi-inscriptions pour soutenir la relève. Le ministre de la Culture et des Communications du Québec, Mathieu Lacombe, a honoré l'événement de sa visite.

Délégation RIDEAU

63 professionnelles internationaux (Belgique, Côte-d'Ivoire, Suisse, États-Unis, France, Guyane française et Japon) et d'ailleurs au Canada ont participé activement à l'événement, à la recherche de nouveaux talents et à la création de collaborations. La présence de la délégation à RIDEAU représente une belle opportunité pour les artistes d'ici d'exporter leur talent outre-mer. Ce programme encourage activement la circulation des œuvres.



Gala des Prix RIDEAU

La soirée de clôture de l'événement a réuni plus de 400 professionnelles au Théâtre Capitol de Québec. Mis en scène par Jean-Philippe Joubert, le Gala des prix RIDEAU a célébré la créativité et l'engagement des diffuseurs avec la remise de 10 prix, en plus des prix des partenaires. Parmi les lauréats : Odyscène, nommé Diffuseur de l'année, et Sylvie Lessard, honorée du prix Reconnaissance 2025.

Café Juste pour Divertir – NOUVEAU

En collaboration avec Juste pour Divertir, un nouvel espace café a été aménagé près de la Place du marché, à l'aire d'accueil du Centre des congrès. Pensé pour la détente, il offrait un service de barista haut de gamme et un espace pour casser la croûte.



Mentorat Mon premier RIDEAU – NOUVEAU

Quatorze jeunes diffuseurs québécois, canadiens et internationaux ont vécu leur premier RIDEAU grâce à un accompagnement offert par Sylvie Lessard et Jacques Pineau. Parrainée par LOJIQ et l'OFQJ, cette cohorte a bénéficié d'une expérience formatrice propice au réseautage et à la découverte de l'ensemble des activités de l'événement.



Un événement écoresponsable et accessible

Écoresponsabilité

L'équipe de RIDEAU aspire à améliorer chaque année ses efforts pour réduire son empreinte environnementale. Pour cela, nous nous entourons de fournisseurs et de partenaires engagés et encourageons nos participant·es à se joindre au mouvement.

Notre partenaire en développement durable : GO ZÉRO

Pour son édition 2025, l'événement RIDEAU s'est notamment engagé à :

- Tenir deux conférences sur le thème de l'écoresponsabilité lors du Forum RIDEAU.
- Compenser les GES reliés au déplacement des participant·es nationaux, des conférencier·ères et de l'équipe de RIDEAU.
- Offrir des repas 100 % végétariens.
- Remplacer le programme de l'événement par un format dépliant imprimé sur papier écoresponsable et en quantité limitée.
- Limiter les déchets et supprimer la production d'affichage non nécessaire.
- Créer des visuels pérennes sans mention d'année ou d'édition permettant leur réutilisation dans les années futures.
- Faire les impressions nécessaires sur des matériaux écoresponsables.
- Encourager les participant·es et les fournisseurs à adopter des gestes écoresponsables, avec la production et la promotion du guide de l'écoparticipant·e et de l'écopartenaire.
- Mobiliser et former son équipe aux enjeux écoresponsables.
- Offrir des services de navettes durant la totalité de l'événement afin d'éviter l'utilisation personnelle de véhicules à essence.
- Offrir un code promotionnel à l'achat d'un voyage à bord des trains VIA Rail afin d'inciter les participant·es à se déplacer sans leur véhicule.
- Pour une quatrième année consécutive, un prix a été attribué par RIDEAU au kiosque le plus écoresponsable de la Place du marché.

[consulter notre plan écoresponsable](#)

Code de conduite

Afin de prévenir le harcèlement, RIDEAU a mis en place un code de conduite pour assurer un environnement sûr et positif pendant son événement. Présenté en collaboration avec L'APARTÉ, qui avait d'ailleurs son propre kiosque à l'entrée de la Place du marché comme service offert aux participant·es, le code de conduite était affiché sur place et disponible sur notre site web.

[consulter notre code de conduite](#)

Les Entrées libres

Ce sont 1340 billets qui ont été remis au grand public pour assister gratuitement à 11 vitrines (6 extraits et 5 intégrales) de la Sélection officielle. Présentées par RIDEAU dans le cadre de son initiative Les Entrées libres, ces prestations en théâtre, cirque, danse et musique se sont tenues dans 5 salles partenaires. De plus, 75 enfants du primaire et du secondaire ont été accueillis à 3 intégrales jeune public. Par ce programme, c'est plus de 53 000 \$ en valeur de billets que RIDEAU a offert à la communauté.



[en savoir plus](#)



Buffet végétarien servi lors du Cocktail d'ouverture.

Communication et promotion

Campagne promotionnelle

L'équipe des communications de RIDEAU a optimisé sa présence numérique (infolettres, site web et réseaux sociaux) afin de faire rayonner davantage son événement. La campagne s'est échelonnée sur plusieurs mois, autour des axes de promotion suivants :

14 août | Dévoilement des nouvelles couleurs de RIDEAU 2025

10 décembre | Dévoilement de la Sélection officielle et des finalistes des prix RIDEAU 2025 | Le dévoilement a été fait dans le cadre du 5 à 7 annuel de RIDEAU, qui s'est tenu à la salle de spectacle Le Ministère, à Montréal.

28 janvier | Dévoilement de la programmation grand public | Programmation des Entrées libres et du Forum RIDEAU 2025

13 février | Lancement de l'application RIDEAU 2025

Plan média

Pour une quatrième année, RIDEAU a de nouveau fait affaire avec l'attachée de presse Julie Morin, de la firme CommJulie. L'événement a donc pu profiter d'une belle visibilité dans les médias locaux et régionaux.

[consulter notre couverture médiatique](#)



Julie-Anne Richard, Directrice générale de RIDEAU, en entrevue avec Noovo, lors de la semaine RIDEAU 2025.

Image de marque RIDEAU 2025

Depuis le printemps 2024, Béatrice Germain s'est jointe de façon permanente à l'équipe à titre de designer graphique. Elle assure la direction artistique des visuels de RIDEAU et contribue à renforcer une image de marque forte et cohérente. Ses créations ont non seulement amélioré la signalisation et l'expérience sur place, mais aussi enrichi la structure et l'identité visuelle du site web de l'événement. Elle a de plus conçu des produits dérivés ainsi qu'une murale artistique au Centre des congrès de Québec, afin de bonifier l'expérience client. Enfin, elle a réalisé une trousse média personnalisée remise aux artistes en vitrine, favorisant leur promotion et la visibilité de l'événement sur les réseaux sociaux.



Murale présente au Centre des congrès de Québec, devant la Place du marché.

Nouveau partenaire

Une nouvelle collaboration avec Nummax a permis de maximiser notre affichage numérique au Centre des congrès. En échange de visibilité, l'entreprise québécoise nous a fourni trois bornes interactives et un écran LED, offrant une diffusion plus dynamique de nos messages et de ceux de nos partenaires. Une ressource externe a aussi été mandatée pour développer notre réseau d'annonceurs et accroître les revenus publicitaires.



Écran LED à l'entrée du Centre des congrès, en partenariat avec NUMMAX.

Infolettres

Nos actualités, nos primeurs et toutes les informations reliées à RIDEAU 2025 ont été diffusées en primeur via notre infolettre Événement, envoyée à près de 5000 contacts, et dont l'ouverture moyenne a été de **45,8 %**.

[consulter](#)

L'infolettre Le Quotidien, comprenant un récapitulatif de la veille ainsi que le programme de la journée à venir, était aussi envoyée à l'ensemble de nos participant·es chaque matin durant l'événement. Le taux d'ouverture moyen de cette infolettre a été de **70,1 %**.

Réseaux sociaux

Une nouveauté cette année : de courtes capsules vidéo à saveur humoristique, présentées par le fringant animateur Luka Lemay, ont été diffusées sur nos médias sociaux tout au long de l'événement. Celles-ci nous auront permis de dynamiser nos communications par un contenu plus attractif. Ainsi, pour la période du 1^{er} décembre 2024 au 1^{er} mars 2025, ce qui a été publié sur notre page Facebook a été vu 148 621 fois, tandis que les publications de notre compte Instagram ont cumulé un total de **73 847 vues**, soit **10 fois plus** qu'à la dernière édition. Un succès sur toute la ligne!

[Facebook](#)

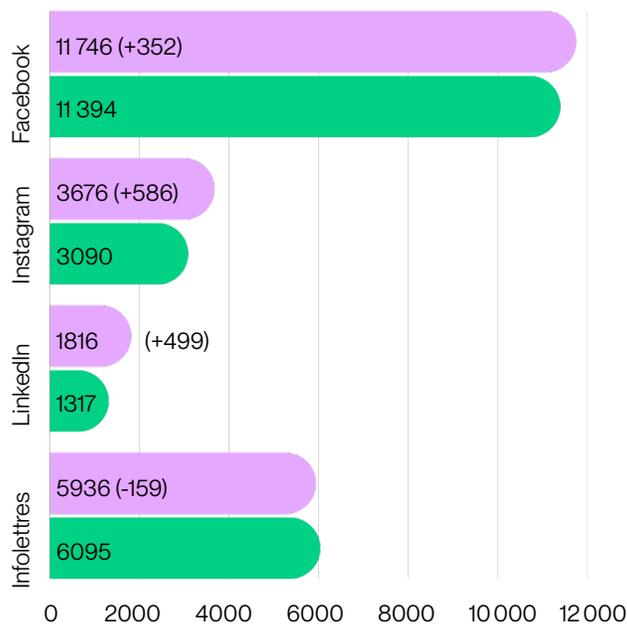
[Instagram](#)

[LinkedIn](#)

Notre communauté en ligne :

Légende

- 2025
- 2024



Application RIDEAU 2025

L'application mobile RIDEAU 2025 offrait aux participant·es un accès complet à la programmation, aux vitrines, aux artistes, aux conférences du Forum et encore plus, pour une expérience optimale de l'événement.

Nombre de téléchargements :

Apple : 1450

Android : 131

[consulter](#)

Site web événement

Entre le 20 janvier et le 3 mars 2025, nous avons constaté un record de pages consultées sur notre site web Événement, alors qu'on note un nombre de 15 561 visites recensées.

Les pages les plus consultées sont :

- Programmation : 2489 visites sur la page (1420 visites en 2024)
- Prix RIDEAU : 1249 visites sur la page (729 visites en 2024)
- Entrées libres : 1195 visites sur la page (1236 visites en 2024)
- Forum : 1109 visites sur la page (682 visites en 2024)

[consulter](#)



Luka Lemay, l'animateur des réseaux sociaux RIDEAU.

Missions, représentations et adhésions

Afin de soutenir ses membres et de relever les défis du milieu, l'équipe RIDEAU est demeurée active et engagée sur le terrain toute l'année durant.

Chez nos membres

- 14 au 22 juin** | Francos de Montréal — Journées pro, Montréal
- 25 juillet au 4 août** | Festival en chanson de Petite-Vallée, Petite-Vallée
- 13 au 17 août** | Festival international de la chanson de Granby — Journées pro, présidence du jury, Granby
- 24 au 26 septembre** | Parole de diffuseurs, Parole d'artistes, Saint-Eustache
- 16 au 19 octobre** | Rencontre d'automne du ROSEQ, Rimouski
- 7 au 16 novembre** | Coup de cœur francophone, Montréal
- 18 au 20 novembre** | Fenêtres de la création théâtrale, Longueuil
- 19 au 22 novembre** | Mondial Montréal, Montréal
- 10 avril** | Rencontre Théâtre Ados — Journée pro, Laval
- 2 au 10 mai** | Vue sur la relève, Montréal

Au sein de notre milieu

- 3 juin** | Journée de réflexions du CQM
- 5 juin** | Forum Les Arts et la ville
- 6 juin** | Planification stratégique CALQ et SODEC
- 4 au 7 juillet** | Festival La Noce, Saguenay
- 8 au 12 juillet** | Marché international de cirque contemporain – MICC, Montréal
- 15 au 17 octobre** | Salon Montréal Connect, Montréal
- 30 octobre et 3 novembre** | Galas de l'ADISQ, Montréal
- 5 au 10 novembre** | Francofête en Acadie, RADARTS, Moncton
- 11 au 16 novembre** | CINARS, Montréal
- 17 et 18 janvier** | Contact ontariois, Ottawa
- 23 et 24 avril** | Rencontre RADN, Montréal
- 5 mai** | Journée pro, Festival Petit Bonheur, Montréal
- 8 mai** | Cocktail 70^e anniversaire du Conservatoire de théâtre de Montréal, Montréal
- 30 mai** | Cocktail DSR et Les Voyagements, FTA, Montréal

À l'international

3 au 7 juin | IOMMA, Île de la Réunion

2 au 7 juillet | Pause-Guitare, Albi, France

15 au 22 septembre | Chainon Manquant, Laval, France

18 au 20 novembre | Festival Avec la langue, Paris, France

21 au 24 novembre | Visa for Music, Rabat, Maroc

27 au 31 janvier | ProPulse, Huy, Belgique

16 au 18 mars | Chants de mars et AGA Fédéchanson, Lyon, France

19 au 23 avril | Voix de fête, Genève, Suisse



Chainon Manquant, Laval, France.

Adhésions

RIDEAU siège au conseil d'administration des organisations suivantes :

- Association des réseaux d'événements artistiques (ARÉA)
- Compétence Culture
- Fédéchanson
- Les Arts et la ville



Paule Vaillancourt, directrice de la programmation, aux côtés de Jacques Surette, récipiendaire du prix RIDEAU à RADARTS.



Chainon Manquant, Laval, France.



Chainon Manquant, Laval, France.

La gouvernance

Les membres de RIDEAU peuvent compter sur un conseil d'administration engagé et entièrement dévoué à la promotion de la diffusion pluridisciplinaire. Au cours des derniers mois, les administrateurs et administratrices ont fait preuve d'une grande

disponibilité et d'une présence soutenue lors des rencontres, offrant un appui précieux à l'équipe permanente et à la direction générale dans la réalisation de leurs projets et mission.

Les membres du Conseil d'administration

pour en savoir plus sur notre CA



David Laferrière
Président

Directeur général et artistique,
Théâtre Outremont, Montréal



Alan Côté
Vice-président

Directeur général et artistique,
Village en chanson de Petite-Vallée



Alexandre Seers Provencher
Trésorier

Directeur général et artistique,
Théâtre Desjardins, LaSalle



Marie-Ève Guy
Secrétaire

Directrice générale,
Corporation du Bedeau,
Vieux Couvent de Saint-Prime



Frédéric Messier
Administrateur

Directeur général,
Maison de la culture de Waterloo



Émilie Fortier
Administratrice

Directrice générale et artistique,
VALSPEC, Salaberry-de-Valleyfield



Mathieu Larochelle
Administrateur

Chef de division, Théâtre des Eskers,
Ville d'Amos



Sylvie Lessard
Administratrice

Conseillère en gestion des arts



Christian Robitaille
Administrateur

Directeur général,
Culture Capitale-Nationale et
Chaudière-Appalaches, Québec



Yanick Thibault
Administrateur

Agent culturel, Maison de la culture
Maisonneuve, Montréal



Nathalie Cauwet
Administratrice



Sophie Lemelin

Directrice générale et artistique,
La Chapelle Spectacles, Québec



Alexandre Gélinas

Directrice générale,
Théâtre Patriote, Ste-Agathe-des-Monts

* Sophie Lemelin et Alexandre Gélinas, ont quitté leur poste d'administrateur/trice en cours d'année.

Réunions du Conseil d'administration

Tableau des rencontres

Membres/ Rencontres	9 juillet	13 août	12 septembre	29 octobre	10 décembre	6 février	25 avril
David Laferrrière	X	X	X	X	X	X	X
Sylvie Lessard	X	X		X	X	X	X
Yanick Thibault	X			X	X	X	
Marie-Ève Guy	X	X	X		X	X	X
Sophie Lemelin*/ Frédéric Messier		X	X	X			X
Alexandre Gélinas*/Émilie Fortier	X		X	X	X	X	X
Alan Côté	X	X	X	X	X		X
Alexandre Seers Provencher	X	X	X	X	X	X	X
Mathieu Larochelle	X	X	X	X	X	X	X
Christian Robitaille	X	X	X	X		X	X
Nathalie Cauwet	X	X	X	X	X	X	s/o

* Sophie Lemelin et Alexandre Gélinas ont quitté leur poste d'administrateurtrice en cours d'année.

Commission et comités

Commission des réseaux

La Commission a pour mandat de donner son avis au conseil d'administration de RIDEAU à propos des orientations et des problématiques touchant la diffusion des arts de la scène, notamment en région. De plus, un mandat consultatif lui permet de se prononcer sur des enjeux nationaux et des initiatives concernant l'ensemble ou une partie importante des membres de RIDEAU.

La commission des réseaux s'est réunie quatre fois au cours du dernier exercice :

- **Mercredi le 23 octobre 2024** : Point sur la stratégie de mobilisation du Front commun pour les arts;
- **Mardi 18 février 2025** : Rencontre avec les subventionneurs en marge de l'événement RIDEAU;
- **Mardi 20 mai 2025** : 1^{re} concertation sur les enjeux abordés à la Table de travail sur les arts de la scène;
- **Vendredi 6 juin 2025** : 2^e concertation sur les enjeux abordés à la Table de travail sur les arts de la scène.

Membres

David Laferrière, membre du CA de RIDEAU*
 Julie-Anne Richard, RIDEAU*
 Dominique Lapière, Réseau Scènes
 Manon Morin, Réseau Scènes
 Claudine Bourdages, Objectif Scène
 Jean-Sébastien Martin, Diffusion Inter-Centres
 Stéphanie Boilard, Diffusion Inter-Centres
 Frédéric Messier, Réseau Centre
 Brigitte Messier, Réseau Centre
 Alain Coulombe, Spectour
 Émilie Villeneuve, Spectour
 Frédéric Lagacé, ROSEQ
 Alan Côté, ROSEQ
 Éric Potvin, Réseau des maisons de la culture

* La présidence et la direction générale siègent d'office à toutes les commissions et tous les comités.

Comités

Comités RIDEAU 2024-2025	Membres	Personnel RIDEAU
Comité Exécutif	David Laferrière (Président) Sophie Lemelin (1 ^{re} vice-présidente) Alan Côté (2 ^e vice-président) Alexandre Seers Provencher (Trésorier) Marie-Ève Guy (Secrétaire)	
Comité Gouvernance	Alan Côté Marie-Ève Guy Nathalie Cauwet David Laferrière Sophie Lemelin	Julie-Anne Richard : Directrice générale
Comité Actions stratégiques	Mathieu Larochelle Alexandre Seers Provencher Christian Robitaille David Laferrière Sophie Lemelin	Julie-Anne Richard : Directrice générale
Comité Formation continue	Émilie Fortier Nathalie Cauwet Alan Côté	Marie-Line Gagné : Coordonnatrice Service aux membres et Formation continue
Comité Événement RIDEAU	Mathieu Larochelle Marie-Ève Guy Sylvie Lessard Yaëlle Azoulay / Résonances, agence de spectacles Vincent Beaulieu / Agence BAM David Lavergne / La Tanière	Julie-Anne Richard, Marjolène Turcotte / Directrice Expérience client, Paule Vaillancourt / Directrice de la programmation
Comité Scène Pro	Marie-Ève Guy	Marie-Pier Pilote : Directrice Projets et développement numérique

Annexe 1

Liste des membres RIDEAU 2024-2025

- | | |
|---|--|
| 1. [co]motion | 29. Comité culturel Mégantic |
| 2. Accès culture | 30. Comité de spectacles « Par Natashquan » |
| 3. Amis du Théâtre Belcourt | 31. Comité de spectacles de Havre-Saint-Pierre |
| 4. Arts de la scène de Montmagny | 32. Comité de spectacles de Thetford Mines (SPECT-ART) |
| 5. Artspec Portneuf | 33. Comité des spectacles de Dolbeau-Mistassini |
| 6. Association des diffuseurs culturels de l'île de Montréal (ADICIM) | 34. Corporation de gestion de la salle de spectacle de Baie-Comeau |
| 7. Au Vieux Treuil | 35. Corporation de la Salle Albert-Rousseau |
| 8. Azimut diffusion | 36. Corporation de la Salle de spectacle de Sept-Îles |
| 9. Cabaret Lion d'Or | 37. Corporation des lieux historiques de Pont-Rouge |
| 10. Café culturel de la Chasse-galerie | 38. Corporation du Vieux Théâtre de Saint-Fabien |
| 11. Café-Théâtre Graffiti | 39. Corporation Île du Repos |
| 12. CAPACOA | 40. Corporation régionale de la Salle André-Gagnon |
| 13. Carrefour Culturel ESTacade | 41. Coup de cœur francophone |
| 14. Carrefour Socioculturel Au Vieux Théâtre | 42. Culture Saint-Casimir |
| 15. CDAC Ville de La Tuque | 43. Culture Shawinigan (Corporation culturelle de Shawinigan) |
| 16. Centre culturel – Ville de Paspébiac | 44. Culture Trois-Rivières |
| 17. Centre culturel de l'Université de Sherbrooke | 45. Diffusion Avant-Scène |
| 18. Centre culturel de Pointe-Claire, Stewart Hall | 46. Diffusion culturelle de Lévis |
| 19. Centre culturel Desjardins de Joliette | 47. Diffusion En Scène |
| 20. Centre culturel francophone de Vancouver | 48. Diffusion Hector-Charland |
| 21. Centre d'art de Richmond | 49. Diffusion Inter-Centres |
| 22. Centre de Création Diffusion de Gaspé | 50. Diffusion Le vrai monde ? |
| 23. Centre des arts de la scène Pauline-Julien | 51. Diffusion Momentum |
| 24. Centre des arts Juliette-Lassonde de Saint-Hyacinthe | 52. Diffusion Saguenay |
| 25. Centre national des Arts | 53. Diffusions de la Coullisse |
| 26. Centre Sanaaq | 54. Diffusions Mordicus |
| 27. Cité de Dorval | 55. Diffusions Plein Sud |
| 28. Comité culturel les Moussaillons de Paspébiac | 56. Domaine Forget de Charlevoix |

- | | | | |
|-----|---|------|---|
| 57. | En piste | 91. | Maison de la culture Villeray–Saint-Michel–Parc-Extension |
| 58. | Espace Côté-Cour | 92. | Maison des arts de Laval |
| 59. | Espace Diffusion | 93. | Maison des arts Desjardins Drummondville |
| 60. | FESP | 94. | Maximum 90 |
| 61. | Festival de la chanson de Tadoussac | 95. | Montréal en Lumière |
| 62. | Festival international de Jazz de Montréal | 96. | Moulin du Portage |
| 63. | Festival Jazz & Blues de Saguenay | 97. | Mundial Montréal |
| 64. | Festival Musique Du Bout Du Monde | 98. | Municipalité de Chertsey |
| 65. | Festival Vue sur la Relève | 99. | Muni-Spec Mont-Laurier |
| 66. | Franco de Montréal | 100. | Objectif Scène |
| 67. | Grand Théâtre de Québec | 101. | Odyscène |
| 68. | Groupe Le Vivier | 102. | Ovascène |
| 69. | Kaméléart Matane | 103. | Palace de Granby |
| 70. | La Chapelle Spectacles | 104. | Palais Montcalm – Maison de la musique |
| 71. | La Corporation du Bedeau (Vieux Couvent de Saint-Prime) | 105. | Pavillon des arts et de la culture de Coaticook |
| 72. | La danse sur les routes du Québec | 106. | Petit Théâtre du Vieux Noranda |
| 73. | La Ville de Notre-Dame-des-Prairies | 107. | Productions de la Salle Comble |
| 74. | Le Diamant | 108. | Rang 1 – Direction culture |
| 75. | Le Festival international de la chanson de Granby | 109. | Rencontre Théâtre Ados |
| 76. | Le P'tit Bonheur de Saint-Camille | 110. | Réseau Centre |
| 77. | Les 4 scènes | 111. | Réseau des Organismes de Spectacles de l'Est du Québec (ROSEQ) |
| 78. | Les Amants de la scène | 112. | Réseau Petits Bonheurs |
| 79. | Maison de la culture Ahuntsic | 113. | Réseau Scènes |
| 80. | Maison de la culture de Côte-des-Neiges | 114. | Rivière-du-Loup en spectacles |
| 81. | Maison de la culture de Gatineau | 115. | Salle de spectacles régionale Desjardins de New Richmond |
| 82. | Maison de la culture de Notre-Dame-de-Grâce | 116. | Salle Désilets – Centre culturel Espace 7000 |
| 83. | Maison de la culture de Waterloo | 117. | Service des loisirs de Roberval (Bibliothèque Georges-Henri-Lévesque) |
| 84. | Maison de la culture Janine-Sutto | 118. | Société de la Place des Arts de Montréal |
| 85. | Maison de la culture Maisonneuve | 119. | Société pour la promotion d'événements culturels du Haut-Richelieu (SPEC) |
| 86. | Maison de la culture Marie-Uguay | 120. | Société de développement culturel de Terrebonne (SODECT) |
| 87. | Maison de la culture Mercier | 121. | Spect'Art Rimouski |
| 88. | Maison de la culture Pointe-aux-Trembles | | |
| 89. | Maison de la culture Rivière-des-Prairies | | |
| 90. | Maison de la culture Rosemont–La Petite-Patrie | | |

- | | | | |
|------|---|------|---|
| 122. | Spectour | 156. | Ville de Montréal – Arrondissement de Montréal-Nord |
| 123. | Sur la scène Davignon (comité de la culture de Cowansville) | 157. | Ville de Montréal – Arrondissement de Saint-Léonard |
| 124. | Théâtre de la Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils | 158. | Ville de Montréal – Arrondissement de Verdun |
| 125. | Théâtre de la Ville | 159. | Ville de Montréal – Arrondissement Pierrefonds-Roxboro |
| 126. | Théâtre des Eskers | 160. | Ville de Montréal – Arrondissement Plateau Mont-Royal |
| 127. | Théâtre Desjardins | 161. | Ville de Montréal – Arrondissement Saint-Laurent |
| 128. | Théâtre du cuivre | 162. | Ville de Mont-Royal |
| 129. | Théâtre du Marais de Val-Morin | 163. | Ville de Sainte-Thérèse |
| 130. | Théâtre du Rift | 164. | Ville de Saint-Eustache – Service des arts et de la culture |
| 131. | Théâtre Granada – Salle Sylvio-Lacharité | 165. | Ville de Saint-Raymond |
| 132. | Théâtre Lac-Brome | 166. | Ville de Terrebonne |
| 133. | Théâtre Le Patriote | 167. | Ville de Val-d'Or |
| 134. | Théâtre Outremont | | |
| 135. | Théâtre Petit Champlain/Maison de la Chanson | | |
| 136. | USINE C | | |
| 137. | VALSPEC | | |
| 138. | Vieux Clocher de Magog | | |
| 139. | Village en chanson de Petite-Vallée | | |
| 140. | Ville d'Alma SPECTACLES | | |
| 141. | Ville de Beaconsfield | | |
| 142. | Ville de Beloeil – Maison de la culture Villebon | | |
| 143. | Ville de Blainville, division culturelle | | |
| 144. | Ville de Chambly | | |
| 145. | Ville de Châteauguay | | |
| 146. | Ville de Gatineau | | |
| 147. | Ville de La Malbaie | | |
| 148. | Ville de La Sarre | | |
| 149. | Ville de Laval | | |
| 150. | Ville de Lebel-sur-Quévillon — Service des loisirs | | |
| 151. | Ville de Longueuil – Bureau de la culture | | |
| 152. | Ville de Matagami – Service des loisirs | | |
| 153. | Ville de Montréal – Arrondissement d'Anjou | | |
| 154. | Ville de Montréal – Arrondissement de Lachine | | |
| 155. | Ville de Montréal – Arrondissement de LaSalle | | |

Annexe 2

Portrait statistique détaillé

En raison des modifications apportées à la méthodologie de l'enquête, les résultats ne sont pas comparables avec ceux de l'année 2024 et des années subséquentes. Parmi ces changements, la périodicité est passée de bimestrielle à trimestrielle, la population de diffuseurs couverte par l'enquête a été revue et le questionnaire a été révisé.

Statistiques des représentations payantes¹ en arts de la scène² présentées par les diffuseurs membres de RIDEAU³ selon le trimestre, Québec, 2024

	Unité	Trimestre 1 (janvier-mars)	Trimestre 2 (avril-juin)	Trimestre 3 (juillet-septembre)	Trimestre 4 (octobre-décembre)	Total
Représentations	n	2 869	2 561			5 430
Assistance totale	n	1 159 677	1 097 901			2 257 578
Assistance payante	n	1 081 484	1 015 678			2 097 161
Assistance avec billet de faveur	n	78 194	82 223			160 417
Taux d'assistance avec billet de faveur ⁴	%	6,7	7,5			7,1
Assistance moyenne par représentation	n	404	429			416
Billets disponibles	n	1 643 848	1 471 513			3 115 361
Taux d'occupation ⁵	%	70,5	74,6			72,5
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁶	%	65,8	69,0			67,3
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	37 741 076	40 312 419			78 053 495
Prix moyen du billet ⁷	\$	32,54	36,72			34,57
Prix moyen du billet payant ⁸	\$	34,90	39,69			37,22
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	13 155	15 744			14 376

1. Certains types de représentations payantes sont exclus : les représentations privées, les spectacles amateurs, les représentations offertes aux éièves dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires, et celles pour lesquelles le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement. Toutefois, les représentations payantes présentées dans certains bars pour lesquelles un droit d'entrée (*cover charge*) est à payer sont incluses.

2. Les arts de la scène incluent les spectacles de musique et chanson, de théâtre, de danse, d'humour, des arts du cirque, des arts de la parole, de comédie musicale ainsi que les spectacles multidisciplinaires et d'autres disciplines ou formes d'expression en arts de la scène.

3. Les statistiques sont représentatives de l'ensemble des diffuseurs. Les données des diffuseurs n'ayant pas rempli le questionnaire de l'enquête ont été imputées.

4. Taux d'assistance avec billet de faveur : proportion de l'assistance avec billet de faveur par rapport à l'assistance totale.

5. Taux d'occupation : proportion de l'assistance totale par rapport au nombre de billets disponibles.

6. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion de l'assistance payante par rapport au nombre de billets disponibles.

7. Prix moyen du billet : revenu moyen de billetterie par entrée. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance totale. Il exclut les taxes.

8. Prix moyen du billet payant : revenu moyen de billetterie par entrée payante. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance payante. Il exclut les taxes.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Proportion des représentations payantes¹ des diffuseurs membres de RIDEAU² par rapport à l'ensemble des représentations payantes en arts de la scène³ présentées au Québec, selon le trimestre, Québec, 2024

	Unité	Trimestre 1 (janvier-mars)	Trimestre 2 (avril-juin)	Trimestre 3 (juillet-septembre)	Trimestre 4 (octobre-décembre)	Total
Représentations	Part en %	53,9	48,7			51,3
Assistance totale	Part en %	52,9	47,6			50,2
Assistance payante	Part en %	53,2	47,6			50,3
Assistance avec billet de faveur	Part en %	48,8	48,2			48,5
Taux d'assistance avec billet de faveur ⁴	Écart en points de %	-0,6	0,1			-0,2
Assistance moyenne par représentation	Écart en n	-8	-10			-10
Billets disponibles	Part en %	55,8	49,2			52,5
Taux d'occupation ⁵	Écart en points de %	-3,9	-2,4			-3,3
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁶	Écart en points de %	-3,2	-2,3			-2,9
Revenu de billetterie excluant les taxes	Part en %	43,4	37,4			40,1
Prix moyen du billet ⁷	Écart en \$	-7,10	-10,04			-8,72
Prix moyen du billet payant ⁸	Écart en \$	-7,87	-10,80			-9,51
Revenu moyen de billetterie par représentation	Écart en \$	-3 185	-4 764			-4 035

1. Certains types de représentations payantes sont exclus : les représentations privées, les spectacles amateurs, les représentations offertes aux élèves dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires, et celles pour lesquelles le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement.

Toutefois, les représentations payantes présentées dans certains bars pour lesquelles un droit d'entrée (*cover charge*) est à payer sont incluses.

2. Les statistiques sont représentatives de l'ensemble des diffuseurs. Les données des diffuseurs n'ayant pas rempli le questionnaire de l'enquête ont été imputées.

3. Les arts de la scène incluent les spectacles de musique et chanson, de théâtre, de danse, d'humour, des arts du cirque, des arts de la parole, de comédie musicale ainsi que les spectacles multidisciplinaires et d'autres disciplines ou formes d'expression en arts de la scène.

4. Taux d'assistance avec billet de faveur : proportion de l'assistance avec billet de faveur par rapport à l'assistance totale.

5. Taux d'occupation : proportion de l'assistance totale par rapport au nombre de billets disponibles.

6. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion de l'assistance payante par rapport au nombre de billets disponibles.

7. Prix moyen du billet : revenu moyen de billetterie par entrée. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance totale. Il exclut les taxes.

8. Prix moyen du billet payant : revenu moyen de billetterie par entrée payante. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance payante. Il exclut les taxes.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Statistiques des représentations payantes¹ en arts de la scène² présentées par des diffuseurs membres de RIDEAU³ selon la discipline, Québec, janvier à juin 2024

	Unité	Théâtre	Danse	Musique	Chanson	Variétés	Total
Représentations	n	1 036	212	1 761	577	1 845	5 430
Assistance totale	n	340 212	115 480	676 145	247 418	878 323	2 257 578
Assistance payante	n	309 971	104 539	615 168	231 190	836 293	2 097 161
Assistance avec billet de faveur	n	30 241	10 941	60 978	16 227	42 030	160 417
Taux d'assistance avec billet de faveur ⁴	%	8,9	9,5	9,0	6,6	4,8	7,1
Assistance moyenne par représentation	n	329	545	384	429	476	416
Billets disponibles	n	501 547	174 813	1 031 689	336 629	1 070 683	3 115 361
Taux d'occupation ⁵	%	67,8	66,1	65,5	73,5	82,0	72,5
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁶	%	61,8	59,8	59,6	68,7	78,1	67,3
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	8 398 179	6 275 589	26 226 903	10 023 157	27 129 668	78 053 495
Prix moyen du billet ⁷	\$	24,69	54,34	38,79	40,51	30,89	34,57
Prix moyen du billet payant ⁸	\$	27,09	60,03	42,63	43,35	32,44	37,22
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	8 110	29 602	14 897	17 386	14 704	14 376

1. Certains types de représentations payantes sont exclus : les représentations privées, les spectacles amateurs, les représentations offertes aux élèves dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires, et celles pour lesquelles le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement. Toutefois, les représentations payantes présentées dans certains bars pour lesquelles un droit d'entrée (*cover charge*) est à payer sont incluses.

2. Les arts de la scène incluent les spectacles de musique et chanson, de théâtre, de danse, d'humour, des arts du cirque, des arts de la parole, de comédie musicale ainsi que les spectacles multidisciplinaires et d'autres disciplines ou formes d'expression en arts de la scène.

3. Les statistiques sont représentatives de l'ensemble des diffuseurs. Les données des diffuseurs n'ayant pas rempli le questionnaire de l'enquête ont été imputées.

4. Taux d'assistance avec billet de faveur : proportion de l'assistance avec billet de faveur par rapport à l'assistance totale.

5. Taux d'occupation : proportion de l'assistance totale par rapport au nombre de billets disponibles.

6. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion de l'assistance payante par rapport au nombre de billets disponibles.

7. Prix moyen du billet : revenu moyen de billetterie par entrée. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance totale. Il exclut les taxes.

8. Prix moyen du billet payant : revenu moyen de billetterie par entrée payante. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance payante. Il exclut les taxes.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Statistiques des représentations payantes¹ en arts de la scène² présentées par des diffuseurs membres de RIDEAU³ selon la provenance, Québec, janvier à juin 2024

	Unité	Spectacles provenant du Québec	Spectacles provenant d'ailleurs au Canada	Spectacles provenant de l'étranger ou de provenance mixte ⁴	Total
Représentations	n	5 065	89	276	5 430
Assistance totale	n	2 005 138	36 715	215 725	2 257 578
Assistance payante	n	1 864 547	33 942	198 672	2 097 161
Assistance avec billet de faveur	n	140 591	2 773	17 053	160 417
Taux d'assistance avec billet de faveur ⁵	%	7,0	7,6	7,9	7,1
Assistance moyenne par représentation	n	396	413	782	416
Billets disponibles	n	2 766 346	52 870	296 144	3 115 361
Taux d'occupation ⁶	%	72,5	69,4	72,8	72,5
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁷	%	67,4	64,2	67,1	67,3
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	63 415 825	1 625 769	13 011 901	78 053 495
Prix moyen du billet ⁸	\$	31,63	44,28	60,32	34,57
Prix moyen du billet payant ⁹	\$	34,01	47,90	65,49	37,22
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	12 522	18 267	47 145	14 376

1. Certains types de représentations payantes sont exclus : les représentations privées, les spectacles amateurs, les représentations offertes aux élèves dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires, et celles pour lesquelles le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement. Toutefois, les représentations payantes présentées dans certains bars pour lesquelles un droit d'entrée (*cover charge*) est à payer sont incluses.

2. Les arts de la scène incluent les spectacles de musique et chanson, de théâtre, de danse, d'humour, des arts du cirque, des arts de la parole, de comédie musicale ainsi que les spectacles multidisciplinaires et d'autres disciplines ou formes d'expression en arts de la scène.

3. Les statistiques sont représentatives de l'ensemble des diffuseurs. Les données des diffuseurs n'ayant pas rempli le questionnaire de l'enquête ont été imputées.

4. Les spectacles de provenance mixte sont des coproductions impliquant des producteurs de provenances différentes.

5. Taux d'assistance avec billet de faveur : proportion de l'assistance avec billet de faveur par rapport à l'assistance totale.

6. Taux d'occupation : proportion de l'assistance totale par rapport au nombre de billets disponibles.

7. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion de l'assistance payante par rapport au nombre de billets disponibles.

8. Prix moyen du billet : revenu moyen de

9. Prix moyen du billet payant : revenu moyen de billetterie par entrée payante. Il est calculé à partir des revenus de billetterie divisés par l'assistance payante. Il exclut les taxes.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Annexe 3

Suivi de la planification stratégique

A. Bilan 2024-2025

OBJECTIF STRATÉGIQUE 1 : Affirmer et renforcer le leadership de RIDEAU au sein de l'écosystème des arts de la scène

Chantier d'action 1.1 : Devenir à l'avant-garde de la connaissance et de la compréhension du milieu	Indicateurs	Actions prévues	Cibles/Livrables	Bilan
1.1.1 Optimiser la collecte et la gestion des données des membres	Nb d'outils de collecte et de gestion de données mis en place	Actions pérennes Raffiner les résultats des tableaux TURBINE Créer un flux direct de mise à jour des données	-2 % d'erreur 1 flux	Non atteint ----> Reporté En cours
		Actions ponctuelles Sondages ponctuels selon les enjeux	2 sondages	Atteint
1.1.2 Mettre en place une veille stratégique sur les enjeux de l'écosystème des arts de la scène	Nb d'actions et de mécanismes de veille mis en place	Actions pérennes Établir des réunions statutaires des comités	3 comités X 2 rencontres	Atteint Atteint
		Initier des collaborations avec des experts	1 collaboration	Atteint
		Actions ponctuelles Identifier les enjeux stratégiques prioritaires	3-4 enjeux	Atteint
		Mettre à jour l' Étude des besoins de formation en diffusion	1 mise à jour	Non atteint ----> Reporté
1.1.3 Définir une stratégie de diffusion de l'intelligence collective générée par le milieu	Nb de stratégies déployées Évaluation qualitative de l'efficacité des stratégies	Actions pérennes Développer une section Statistiques pour l'infolettre des membres	1 section	Non atteint ----> Reporté
		Actions ponctuelles Diffuser aux partenaires les résultats des sondages CALQ	2 sondages	Atteint
		Publier un mémoire pour les audiences prébudgétaires Ca	1 mémoire	Atteint
		Publier un mémoire pour les audiences prébudgétaires QC	1 mémoire	Atteint
Chantier d'action 1.2 : Assurer une présence sur les tribunes stratégiques				
1.2.1 S'impliquer activement dans le milieu	Nb d'événements visités Nb d'implication Table/CA/...	Actions pérennes Créer les ponts avec des événements/acteurs du tourisme Créer des ponts avec les événements numériques ou d'affaires	1 2	Non atteint ----> Reporté En partie atteint
		Obtenir un siège sur le CA des Arts et la Ville	Siège au CA	Atteint
		Poursuivre l'implication au sein du CA de Compétence Culture Maintenir notre siège à la commission Culture Éducation	Siège au CA Siège à la com.	Atteint Atteint
	s/o	Actions ponctuelles Mise en place de la campagne RP du Front commun : Budget'25	1 campagne	Atteint

OBJECTIF STRATÉGIQUE 1 : Affirmer et renforcer le leadership de RIDEAU au sein de l'écosystème des arts de la scène

Chantier d'action 1.3 : Initier et pérenniser des chantiers transversaux sur des enjeux clés du milieu	Indicateurs	Actions prévues	Cibles	
1.3.1 Faire un état de lieux des besoins de concertation et des enjeux clés	Donnée de départ	Actions ponctuelles Sonder les partenaires sectoriels sur les besoins Dresser un bilan des besoins/initiatives	1	Non atteint ---> Reporté Non atteint ---> Reporté
1.3.2 Mettre en place des espaces de concertation avec le milieu en continu	Nb d'espaces créés ou consolidés	Actions pérennes Poursuivre le travail au GTFAS Sonder l'intérêt du secteur pour la concertation autour des besoins ciblés	3	Atteint
		Élaborer un plan de déploiement des initiatives de concertations Actions ponctuelles Assumer un leadership dans les actions du Front commun pour les arts	1 plan	Atteint en partie Non atteint ---> Reporté Atteint
1.3.3 Concrétiser les leviers d'action émergeant de la concertation		s/o		

OBJECTIF STRATÉGIQUE 2 : Déployer une offre de services et d'activités à fort impact, répondant aux besoins du milieu

Chantier d'action 2.1 : Évaluer la performance de l'offre actuelle	Indicateurs	Actions prévues	Cibles	
2.1.1 Faire un état de lieux de l'offre RIDEAU (Diagnostic)		Actions ponctuelles Sonder les membres	1	En cours
		Établir un diagnostic de l'offre de services	1	En cours
Chantier d'action 2.2 : Propulser les initiatives accélérant le développement des membres	Indicateurs	Actions prévues	Cibles	
2.2.1 Optimiser l'offre en priorisant les initiatives à forte valeur ajoutée	Nb de services à forte valeur ajoutée	Actions ponctuelles Établir un plan de développement de l'offre de services détaillant les cibles à atteindre 3 ans	1	En cours
2.2.2 Bonifier et formaliser le rôle d'accompagnateur de RIDEAU	Degré du sentiment d'appartenance des membres	Actions ponctuelles Produire une matrice d'analyse membres/moyen de comm	1	
		Établir un plan de comm 3 ans	1	Atteint
		Créer un outil de présentation de l'offre	1	En cours
Chantier d'action 2.3 : Assurer l'ajustement en continu de l'offre avec l'évolution des membres	Indicateurs	Actions prévues	Cibles	
2.3.1 Mesurer en continu les retombées des initiatives de l'offre	Taux de satisfaction des membres	Actions ponctuelles Établir les objectifs , cibles et indicateurs	3-4	Non atteint ---> Reporté
		Sonder les membres	1	Non atteint ---> Reporté
2.3.2 Intégrer l'intelligence sur le milieu dans l'ajustement de l'offre	Taux de satisfaction des membres	Actions pérennes En continu : faire évoluer l'offre selon les besoins et enjeux définis	En continu	En continu

OBJECTIF STRATÉGIQUE 3 : Renforcer le positionnement et le rayonnement de RIDEAU dans l'écosystème

Chantier d'action 3.1 : Bâtir une marque distinctive pour l'association		Actions prévues	Cibles					
3.1.1 Clarifier le positionnement de RIDEAU comme association	Taux de notoriété de RIDEAU	Actions ponctuelles Sonder le positionnement auprès des parties prenantes Définir les rôles que RIDEAU souhaite jouer comme association de la diffusion Définir les objectifs stratégiques annuels Identifier les partenaires stratégiques à mobiliser pour ancrer ce positionnement	3	Atteint Atteint				
		Actions pérennes Définir architecture de la marque (harmoniser les normes graphiques) Produire un guide de la marque RIDEAU Actualiser l'identité visuelle Actualiser les messages clés dédiés aux médias	1 1 1 2	Atteint Atteint En cours Atteint				
Chantier d'action 3.2 : Définir un plan de communication qui permet de livrer les objectifs organisationnels		Actions prévues	Cibles					
3.2.1 Élaborer et implanter un plan de communication		Actions ponctuelles Effectuer une mise à jour du plan de comm. selon les objectifs définis Communiquer le positionnement de RIDEAU comme leader Déployer une campagne de communication liée aux objectifs organisationnels Prévoir des actions marketing mettant en valeur les retombées de RIDEAU Faire évoluer l'échéancier sur une base trimestrielle Développer des alliances avec des partenaires médias pour faire rayonner les actions	1 1 1 2 1 2	Atteint En continu Non atteint ---> Reporté Non atteint ---> Reporté s/o Non atteint ---> Reporté				
		Chantier d'action 3.3 : Optimiser l'événement RIDEAU comme vecteur de rayonnement de la marque dans le milieu		Actions prévues	Cibles			
		3.3.1 Évaluer les retombées de rayonnement actuelles de l'événement RIDEAU	Degré d'efficacité des initiatives actuelles	Actions pérennes Établir la liste des volets à faible valeur ajoutée et évaluer leur retrait de l'offre Produire une analyse des retombées de rayonnement pour l'Asso Définir une matrice ressources/portée pour chaque volet de l'événement Actualiser la planification stratégique Actions ponctuelles Consultations par groupe de discussion postévènement Sondage de satisfaction	1 1 1 1 1	Atteint Atteint En cours Non atteint ---> Reporté Atteint Atteint		
				3.3.2 Définir une programmation optimisant le rayonnement de RIDEAU	Nb de nouvelles initiatives	Actions pérennes Exploiter davantage le Forum RIDEAU (plan de développement) Identifier les joueurs clés à mobiliser pour mieux positionner RIDEAU association Créer des alliances stratégiques avec les réseaux en émergence Produire une évaluation des retombées des nouvelles activités	1 1	En cours Atteint Atteint En cours

OBJECTIF STRATÉGIQUE 4 : Optimiser le modèle économique de RIDEAU

Chantier d'action 4.1 : Systématiser l'analyse coûts/bénéfices des services et des activités		Actions prévues	Cibles	
4.1.1 Se doter d'un cadre d'analyse coûts/bénéfices des activités	Niveau de performance/retombées des activités	Actions pérennes		
		Réaliser un bilan financier des initiatives	1	En cours
		Évaluer la performance de chaque initiative (rentabilité financière)	1	En cours
		Produire une matrice ressources/portée	1	En cours
		Formaliser et pérenniser le cadre d'analyse	1	En cours
4.1.2 Optimiser l'offre dans une perspective de rentabilité	Degré de rentabilité des initiatives	Actions pérennes		
		Identifier les pistes d'optimisation des initiatives		En cours
		Formaliser les objectifs des initiatives identifiées		En cours
		Actualiser les projections budgétaires des initiatives prioritaires		En cours
		Identifier les initiatives à optimiser pour assurer une rentabilité	1	
4.1.3 Inventorier les options de monétisation de l'offre		s/o		
Chantier d'action 4.2 : Augmenter le potentiel de monétisation de l'Événement		Actions prévues	Cibles	
4.2.1 Optimiser les opportunités de monétisation	Nb d'opportunités	Actions pérennes		
		Moderniser le modèle d'affaires pour plus de souplesse	1-3	Atteint
		Revoir la Place du marché		Atteint
		Bonifier l'offre (nouvelles initiatives)	2	Atteint
4.2.2 Définir une stratégie de commandites cohérente	Nb de commandites/partenaires	Actions pérennes		
		Faire un inventaire des commandites possibles/plausibles	1	Atteint
		Définir des objectifs clairs (financiers et stratégiques) en matière de commandites	1	Atteint
		Définir un plan de commandites (offre aux commanditaires)	1	Atteint
		Répertorier les commanditaires potentiels dans un objectif de diversification	3-5	Atteint
		Actions ponctuelles		
Identifier et solliciter des commanditaires en produits et services	Plus de 15 %	Non Atteint		
		S'assurer de conclure des ententes pluriannuelles avec les commanditaires	2 ententes	Atteint
Chantier d'action 4.3 : Assurer le plein potentiel de monétisation de Scène Pro		Actions prévues	Cibles	
4.3.1 Formaliser les objectifs de rentabilité		Actions pérennes		
		Identifier des pistes d'optimisation (producteurs)	1	En cours
		Définir des objectifs financiers sur 3 ans	1	Non atteint ----> Reporté
		Branchements des réseaux et des partenaires	1	Atteint
4.3.2 Définir des stratégies de rentabilité	Quantité de revenus générés	Actions pérennes		
		Mettre en place un plan d'optimisation d'utilisation des licences	5	En cours
		Définir un plan de communication des occasions de visibilité de Scène Pro	1	En cours
		Optimiser la communication entre diffuseurs et producteurs		En cours
		Assurer un suivi trimestriel de l'évolution du rendement	4	En cours

B. Plan d'action 2025-2026

OBJECTIF STRATÉGIQUE 1 : Affirmer et renforcer le leadership de RIDEAU au sein de l'écosystème des arts de la scène

Chantier d'action 1.1 : Devenir à l'avant-garde de la connaissance et de la compréhension du milieu	Indicateurs	Actions prévues	Cibles/Livrables
1.1.1 Optimiser la collecte et la gestion des données des membres	Nb d'outils de collectes et de gestion de données mis en place	<p>Actions pérennes</p> Implanter des outils et des processus de collecte, de gestion et d'analyse des données en continu Raffiner les résultats des tableaux TURBINE Créer un flux direct de mise à jour des données <p>Actions ponctuelles</p> Sondages ponctuels selon les enjeux	CRM AirTable -2 % d'erreur 1 flux 2 sondages
1.1.2 Mettre en place une veille stratégique sur les enjeux de l'écosystème des arts de la scène	Nb d'actions et de mécanismes de veille mis en place	<p>Actions pérennes</p> Établir des réunions statutaires des comités Initier des collaborations avec des experts <p>Actions ponctuelles</p> Identifier les enjeux stratégiques prioritaires Mettre à jour l' Étude des besoins de formation en diffusion	3 comités X 2 rencontres 1 collaboration 2-3 enjeux 1 mise à jour
1.1.3 Définir une stratégie de diffusion de l'intelligence collective générée par le milieu	Nb de stratégies déployées Évaluation qualitative de l'efficacité des stratégies	<p>Actions pérennes</p> Développer une section Statistiques pour l'infolettre des membres <p>Actions ponctuelles</p> Diffuser aux partenaires les résultats des sondages CALQ Publier un mémoire pour les audiences prébudgétaires Ca Publier un mémoire pour les audiences prébudgétaires QC	1 section 2 sondages 1 mémoire 1 mémoire
Chantier d'action 1.2 : Assurer une présence sur les tribunes stratégiques	Indicateurs	Actions prévues	Cibles/Livrables
1.2.1 S'impliquer activement dans le milieu	Nb d'événements visités Nb d'implication Table/CA/...	<p>Actions en continu</p> Créer les ponts avec des événements/acteurs du tourisme Créer des ponts avec les événements numériques ou d'affaires Poursuivre l'implication au CA des Arts et la Ville Poursuivre l'implication au sein du CA de Compétence Culture Poursuivre l'implication au sein du GTFAS Poursuivre l'implication au sein du Front commun Maintenir notre siège à la commission Culture Éducation	2 2 Siège au CA Siège au CA Siège à la com.
1.2.2 Consolider les relations avec les instances décisionnelles	s/o	<p>Actions ponctuelles</p> Participer à la table de travail sur les Arts de la scène <p>Actions pérennes</p> Définir une stratégie de maintien des relations gouvernementales	4 rencontres 1 plan

OBJECTIF STRATÉGIQUE 1 : Affirmer et renforcer le leadership de RIDEAU au sein de l'écosystème des arts de la scène

Chantier d'action 1.3 : Initier et pérenniser des chantiers transversaux sur des enjeux clés du milieu	Indicateurs	Actions prévues	Cibles/Livrables
1.3.1 Faire un état de lieux des besoins de concertation et des enjeux clés	Donnée de départ	Actions ponctuelles Sonder les partenaires sectoriels sur les besoins Dresser un bilan des besoins/initiatives	1 analyse 1 bilan
1.3.2 Mettre en place des espaces de concertation avec le milieu en continu		Actions ponctuelles Sonder l'intérêt du secteur pour la concertation autour des besoins ciblés Élaborer un plan de déploiement des initiatives de concertations Suivre l'évolution du Front commun pour les arts	1 sondage 1 plan
1.3.3 Concrétiser les leviers d'action émergeant de la concertation	Nb de leviers déployés	Prévoir un mécanisme pour capter et communiquer les constats et recommandations des concertations Implanter un mécanisme de formalisation des solutions identifiées et portées par RIDEAU Identifier des alliés pour la mise en place de solutions concrètes Assurer une reddition de compte auprès du milieu faisant état des avancements de solutions	

OBJECTIF STRATÉGIQUE 2 : Déployer une offre de services et d'activités à fort impact, répondant aux besoins du milieu

Chantier d'action 2.1 : Évaluer la performance de l'offre actuelle	Indicateurs	Actions prévues	Cibles/Livrables
2.1.1 Faire un état de lieux de l'offre RIDEAU (Diagnostic)		Actions ponctuelles Sonder les membres Établir un diagnostic de l'offre de services	1 1
Chantier d'action 2.2 : Propulser les initiatives accélérant le développement des membres	Indicateurs	Actions prévues	Cibles
2.2.1 Optimiser l'offre en priorisant les initiatives à forte valeur ajoutée	Nb de services à forte valeur ajoutée	Actions ponctuelles Établir un plan de développement de l'offre de services détaillant les cibles à atteindre 3 ans	1
2.2.2 Bonifier et formaliser le rôle d'accompagnateur de RIDEAU	Degré du sentiment d'appartenance des membres	Actions ponctuelles Produire une matrice d'analyse membres/moyen de comm. Créer un outil de présentation de l'offre	1 1
Chantier d'action 2.3 : Assurer l'ajustement en continu de l'offre avec l'évolution des membres	Indicateurs	Actions prévues	Cibles
2.3.1 Mesurer en continu les retombées des initiatives de l'offre	Taux de satisfaction des membres	Actions ponctuelles Établir les objectifs , cibles et indicateurs Sonder les membres	3-4 objectifs 1 sondage
2.3.2 Intégrer l'intelligence sur le milieu dans l'ajustement de l'offre	Taux de satisfaction des membres	Actions pérennes En continu : faire évoluer l'offre selon les besoins et enjeux définis	En continu

OBJECTIF STRATÉGIQUE 3 : Renforcer le positionnement et le rayonnement de RIDEAU dans l'écosystème

Chantier d'action 3.1 : Bâtir une marque distinctive pour l'association		Actions prévues	Cibles
3.1.1 Clarifier le positionnement de RIDEAU comme association	Taux de notoriété de RIDEAU	<p>Actions ponctuelles</p> <p>Sonder le positionnement auprès des parties prenantes</p> <p>Définir les objectifs stratégiques annuels</p> <p>Identifier les partenaires stratégiques à mobiliser pour ancrer ce positionnement</p>	<p>1 sondage</p> <p>3 Objectifs</p>
		<p>Actualiser les ententes de visibilité avec les partenaires actuels de</p> <p>Identifier de nouveaux partenaires renforçant le positionnement</p> <p>Développer des initiatives de communication visant à mieux faire connaître RIDEAU comme association</p>	3
Chantier d'action 3.2 : Définir un plan de communication qui permet de livrer les objectifs organisationnels		Actions prévues	Cibles
3.2.1 Élaborer et implanter un plan de communication		<p>Actions ponctuelles</p> <p>Élaborer nouveau plan de comm. 2025-2028</p> <p>Développer des alliances avec des partenaires médias pour faire rayonner les actions</p>	<p>1 plan</p> <p>2 partenaires</p>
Chantier d'action 3.3 : Optimiser l'événement RIDEAU comme vecteur de rayonnement de la marque dans le milieu		Actions prévues	Cibles
3.3.1 Évaluer les retombées de rayonnement actuelles de l'événement RIDEAU		<p>Actions pérennes</p> <p>Définir une matrice ressources/portée pour chaque volet de l'événement</p> <p>Actualiser la planification stratégique</p> <p>Actions ponctuelles</p> <p>Sondage de satisfaction</p>	<p>1 matrice</p> <p>1 planif</p> <p>1 sondage</p>
3.3.2 Définir une programmation optimisant le rayonnement de RIDEAU	Nb de nouvelles initiatives	<p>Actions pérennes</p> <p>Exploiter davantage le Forum RIDEAU (plan de développement)</p> <p>Créer des alliances stratégiques avec les réseaux en émergence</p> <p>Produire une évaluation des retombées des nouvelles activités</p>	<p>1</p> <p>2 alliances</p> <p>1 évaluation</p>

OBJECTIF STRATÉGIQUE 4 : Optimiser le modèle économique de RIDEAU

Chantier d'action 4.1 : Systématiser l'analyse coûts/bénéfices des services et des activités		Actions prévues	Cibles
4.1.1 Se doter d'un cadre d'analyse coûts/bénéfices des activités	Niveau de performance/retombées des activités	Actions pérennes Réaliser un bilan financier des initiatives Évaluer la performance de chaque initiative (rentabilité financière) Produire une matrice ressources/portée Formaliser et pérenniser le cadre d'analyse	1 1 1 1
4.1.2 Optimiser l'offre dans une perspective de rentabilité	Degré de rentabilité des initiatives	Actions pérennes Identifier les pistes d'optimisation des initiatives Formaliser les objectifs des initiatives identifiées Actualiser les projections budgétaires des initiatives priorisées Identifier les initiatives à optimiser pour assurer une rentabilité optimale de l'offre	1 analyse financière
4.1.3 Inventorier les options de monétisation de l'offre	% d'augmentation de la rentabilité	Évaluer le potentiel de monétisation d'initiatives non monétisées Réaliser des scénarios de monétisation et des projections financières pour ces initiatives Définir un plan d'implantation de volet de monétisation des initiatives identifiées Assurer un suivi trimestriel de la rentabilité des initiatives Évaluer la rentabilité et ajuster annuellement les projections financières	1 analyse financière
Chantier d'action 4.2 : Augmenter le potentiel de monétisation de l'Événement		Actions prévues	Cibles
4.2.1 Optimiser les opportunités de monétisation			
4.2.2 Définir une stratégie de commandites cohérente	Nombre de nouveaux partenaires	Actions pérennes Répertorier les commanditaires potentiels dans un objectif de diversification Actions ponctuelles Identifier et solliciter des commanditaires en produits et services S'assurer de conclure des ententes pluriannuelles avec les commanditaires	3-5 Plus de 15 % 2 ententes
Chantier d'action 4.3 : Assurer le plein potentiel de monétisation de Scène Pro		Actions prévues	Cibles
4.3.1 Formaliser les objectifs de rentabilité		Actions pérennes Identifier des pistes d'optimisation Définir des objectifs financiers sur 3 ans Branchements des réseaux et des partenaires	1 diagnostic 1 plan de croissance 1
4.3.2 Définir des stratégies de rentabilité	Quantité de revenus générés	Actions pérennes Mettre en place un plan d'optimisation d'utilisation des licences Définir un plan de communication des occasions de visibilité de Scène Pro Optimiser la communication entre diffuseurs et producteurs Assurer un suivi trimestriel de l'évolution du rendement	1 plan 1

Annexe 4

États financiers au 31 mai 2025

TABLE DES MATIÈRES

Rapport de l'auditeur indépendant	42-43
Annexe au rapport de l'auditeur indépendant – Description des responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers	44-45
Résultats	46
Évolution de l'actif net	47
Bilan	48-49
Flux de trésorerie	50
Notes complémentaires	51-59
Renseignements complémentaires	60-63

Lapierre
Gaboriault
CPA inc. Société de comptables professionnels agréés

5000, rue d'Iberville, bureau 212
Montréal (Québec) H2H 2S6
Téléphone : 514 524-3050

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux administrateurs de
RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU)
INC.

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers du RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC. (l'« organisme »), qui comprennent le bilan au 31 mai 2025, et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme au 31 mai 2025, ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'organisme conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à l'audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Autres informations

La responsabilité des autres informations incombe à la direction. Les autres informations se composent des informations contenues dans le rapport annuel, mais ne comprennent pas les états financiers et notre rapport de l'auditeur sur ces états.

Notre opinion sur les états financiers ne s'étend pas aux autres informations et nous n'exprimons aucune forme d'assurance que ce soit sur ces informations.

En ce qui concerne notre audit des états financiers, notre responsabilité consiste à lire les autres informations et, ce faisant, à apprécier s'il existe une incohérence significative entre celles-ci et les états financiers ou la connaissance que nous avons acquise au cours de l'audit, ou encore si les autres informations semblent autrement comporter une anomalie significative. Si, à la lumière des travaux que nous avons effectués, nous concluons à la présence d'une anomalie significative dans les autres informations, nous sommes tenus de signaler ce fait aux responsables de la gouvernance. Nous n'avons rien à signaler à cet égard.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'organisme ou de cesser son activité ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'organisme.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Nos responsabilités à l'égard de l'audit des états financiers sont décrites de façon plus détaillée dans l'annexe jointe à notre rapport. Cette description, qui se trouve aux pages 3 et 4, fait partie intégrante de notre rapport.

Lapierre Gaboriault, CPA pic¹

Montréal, le 4 septembre 2025

¹ Par Julie Gaboriault, CPA auditeur

ANNEXE AU RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Description des responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'organisme;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'organisme à cesser son exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

ANNEXE AU RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

RÉSULTATS

EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
PRODUITS		
Apports (annexe A)	1 783 768 \$	1 795 329 \$
Cotisations des organismes membres	120 543	109 605
Contribution des participants - Formation	54 554	29 960
Inscriptions Événement	454 639	434 314
Inscriptions aux vitrines de spectacle	45 886	45 320
Inscriptions Scène Pro opérations	156 538	143 965
Publicité et commandites	116 093	96 270
Intérêts et revenus divers	53 095	40 441
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations incorporelles	<u>158 243</u>	<u>158 243</u>
	<u>2 943 359</u>	<u>2 853 447</u>
CHARGES		
Fonctionnement (annexe B)	656 073	631 726
Événement (annexe C)	1 067 550	899 499
Programme d'accompagnement du développement organisationnel (annexe D)	153 193	155 189
Formation (annexe E)	195 262	69 459
Résidences de création en arts du cirque (annexe F)	28 079	131 436
Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (annexe G)	25 316	178 374
Mise en ligne, actualisation et promotion de la norme descriptive des métadonnées pour les arts de la scène (annexe H)	104 549	25 667
Scène Pro opérations (annexe I)	<u>605 185</u>	<u>659 496</u>
	<u>2 835 207</u>	<u>2 750 846</u>
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES	<u><u>108 152</u></u> \$	<u><u>102 601</u></u> \$

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.**ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET****EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025**

	Affectations internes (note 3)	Investi en immo- bilisations	Non affecté	2025 Total	2024 Total
SOLDE AU DÉBUT	327 765 \$	52 832 \$	162 356 \$	542 953 \$	440 352 \$
Excédent des produits sur les charges	-	(13 870)	122 022	108 152	102 601
Investissement net en immobilisations	-	12 340	(12 340)	-	-
Affectations internes (note 3)	<u>2 235</u>	<u>-</u>	<u>(2 235)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
SOLDE À LA FIN	<u>330 000 \$</u>	<u>51 302 \$</u>	<u>269 803 \$</u>	<u>651 105 \$</u>	<u>542 953 \$</u>

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

BILAN

31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ACTIF		
Actif à court terme		
Encaisse	15 025 \$	134 085 \$
Placements temporaires (note 4)	863 639	1 520 316
Débiteurs (note 5)	79 118	75 998
Apports à recevoir	172 858	70 037
Frais payés d'avance	<u>18 723</u>	<u>14 123</u>
	1 149 363	1 814 559
 IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET INCORPORELLES (note 6)	 <u>839 864</u>	 <u>999 637</u>
	<u>1 989 227</u> \$	<u>2 814 196</u> \$

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

BILAN

31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
PASSIF		
Passif à court terme		
Emprunt bancaire (note 7)	8 373 \$	- \$
Créditeurs (note 8)	320 304	367 416
Apports reportés (note 9)	<u>220 883</u>	<u>957 022</u>
	549 560	1 324 438
APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AUX IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (note 10)	<u>788 562</u>	<u>946 805</u>
	<u>1 338 122</u>	<u>2 271 243</u>
ACTIF NET		
AFFECTATIONS INTERNES	330 000	327 765
INVESTI EN IMMOBILISATIONS	51 302	52 832
NON AFFECTÉ	<u>269 803</u>	<u>162 356</u>
	<u>651 105</u>	<u>542 953</u>
	<u>1 989 227</u> \$	<u>2 814 196</u> \$
ENGAGEMENT CONTRACTUEL (note 11)		

AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION,


_____, administrateur


_____, administrateur

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent des produits sur les charges	108 152 \$	102 601 \$
Éléments n'affectant pas la trésorerie :		
Amortissement des immobilisations corporelles	11 536	8 787
Amortissement des immobilisations incorporelles	160 577	160 577
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations incorporelles	<u>(158 243)</u>	<u>(158 243)</u>
	122 022	113 722
Variation nette d'éléments hors trésorerie liés au fonctionnement (note 13)	<u>(893 792)</u>	<u>783 253</u>
	<u>(771 770)</u>	<u>896 975</u>
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition de placements temporaires	(50 000)	-
Acquisition d'immobilisations corporelles	<u>(12 340)</u>	<u>(26 326)</u>
	<u>(62 340)</u>	<u>(26 326)</u>
ACTIVITÉ DE FINANCEMENT		
Variation nette de l'emprunt bancaire	<u>8 373</u>	<u>-</u>
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE		
	(825 737)	870 649
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT		
	<u>1 404 401</u>	<u>533 752</u>
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN		
	<u><u>578 664</u></u> \$	<u><u>1 404 401</u></u> \$
CONSTITUTION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE		
Encaisse	15 025 \$	134 085 \$
Placements temporaires	<u>563 639</u>	<u>1 270 316</u>
	<u><u>578 664</u></u> \$	<u><u>1 404 401</u></u> \$

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

1. STATUTS CONSTITUTIFS ET NATURE DES ACTIVITÉS

L'organisme, constitué selon la Partie III de la Loi sur les compagnies du Québec, est un réseau de diffuseurs professionnels de spectacles, acteur de premier plan dans l'évolution et le rayonnement de la profession. Il joue un rôle-clé dans l'écologie du milieu des arts de la scène. La force du réseau permet aux membres d'assurer la circulation des œuvres auprès d'un public croissant, fidèle et avisé.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

L'organisme applique les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers exige que la direction procède à des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés au titre des actifs et des passifs et sur les montants comptabilisés au titre des produits et des charges pour les exercices visés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations. Les principales estimations portent sur la dépréciation des actifs financiers et la durée de vie utile des immobilisations corporelles et incorporelles.

Comptabilisation des produits

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Les apports affectés sont constatés à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les apports non affectés sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception est raisonnablement assurée.

Les revenus autonomes sont comptabilisés à titre de produits lorsque les biens sont livrés et que les services sont rendus.

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Immobilisations corporelles et incorporelles

Les immobilisations corporelles et incorporelles sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties selon les méthodes et aux taux indiqués ci-dessous :

	Méthodes	Taux
Mobilier et équipement	Dégressif	20 %
Système informatique	Dégressif	30 %
Améliorations locatives	Linéaire	20 %
Plateforme Scène Pro	Linéaire	10 %

Lorsqu'une immobilisation corporelle ou incorporelle ne contribue plus à la capacité de l'organisme à fournir des biens et des services, ou que la valeur des avantages économiques futurs ou du potentiel de service qui y sont associés est inférieure à sa valeur comptable nette, sa valeur comptable nette est ramenée à la juste valeur ou au coût de remplacement. Toute réduction de valeur est comptabilisée en charge à l'état des résultats.

Instruments financiers

Évaluation initiale

L'organisme évalue initialement ses actifs financiers et ses passifs financiers créés ou échangés dans des opérations conclues dans des conditions de pleine concurrence à la juste valeur. Les actifs financiers et passifs financiers qui ont été créés ou échangés dans des opérations entre apparentés, sauf pour les parties qui n'ont pas d'autre relation avec l'organisme qu'en leur qualité de membres de la direction, sont initialement évalués au coût.

Évaluation ultérieure

L'organisme évalue ultérieurement tous ses actifs financiers et ses passifs financiers au coût ou au coût après amortissement.

Les actifs financiers évalués au coût après amortissement selon la méthode linéaire se composent de l'encaisse, des placements temporaires et des comptes clients.

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.**NOTES COMPLÉMENTAIRES****31 MAI 2025**

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)**Instruments financiers (suite)***Dépréciation*

En ce qui a trait aux actifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement, l'organisme détermine s'il existe des indications d'une possible dépréciation. Dans l'affirmative, et si l'organisme détermine qu'il y a eu au cours de l'exercice un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs, une réduction de valeur est comptabilisée aux résultats. Si les indications de perte de valeur s'atténuent ou disparaissent, la moins-value déjà comptabilisée doit faire l'objet d'une reprise de valeur dans la mesure de l'amélioration. La valeur comptable de l'actif financier ne peut être supérieure à ce qu'elle aurait été à la date de reprise de valeur si la moins-value n'avait jamais été comptabilisée. La reprise de valeur est comptabilisée aux résultats.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique de l'organisme consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie les soldes bancaires, y compris les découverts bancaires lorsque les soldes bancaires fluctuent souvent entre le positif et le négatif, et les placements temporaires dont l'échéance n'excède pas trois mois à partir de la date d'acquisition.

3. AFFECTATIONS INTERNES

Au cours de l'exercice et d'exercices antérieurs, le conseil d'administration a affecté des sommes totalisant 330 000 \$ aux fins suivantes :

Une somme de 100 000 \$ à des fins de recherche et documentation;

Une somme de 75 000 \$ affectée au projet Scène Pro;

Une somme de 75 000 \$ pour des mission de prospection;

Une somme de 80 000 \$ pour le développement de l'événement Rideau.

L'organisme ne peut utiliser ces montants grevés d'affectations internes à d'autres fins sans le consentement préalable du conseil d'administration.

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

4. PLACEMENTS TEMPORAIRES

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Placement à demande, 2,65 % (3,5 % en 2024)	563 639 \$	1 270 316 \$
Dépôt à terme, 3,45 % (5 % en 2024), échéant en décembre 2025	<u>300 000</u>	<u>250 000</u>
	<u>863 639 \$</u>	<u>1 520 316 \$</u>

5. DÉBITEURS

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Clients	58 079 \$	32 771 \$
Taxes à la consommation	16 502	37 645
Intérêts courus	<u>4 537</u>	<u>5 582</u>
	<u>79 118 \$</u>	<u>75 998 \$</u>

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET INCORPORELLES

	<u>2025</u>			<u>2024</u>
	<u>Coût</u>	<u>Amortissement cumulé</u>	<u>Valeur nette</u>	<u>Valeur nette</u>
Immobilisations corporelles				
Mobilier et équipement	69 955 \$	61 013 \$	8 942 \$	8 758 \$
Système informatique	86 970	67 042	19 928	16 094
Améliorations locatives	<u>16 068</u>	<u>4 821</u>	<u>11 247</u>	<u>14 461</u>
	172 993	132 876	40 117	39 313
Immobilisations incorporelles				
Plateforme Scène Pro	<u>1 605 778</u>	<u>806 031</u>	<u>799 747</u>	<u>960 324</u>
	<u>1 778 771 \$</u>	<u>938 907 \$</u>	<u>839 864 \$</u>	<u>999 637 \$</u>

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

7. EMPRUNT BANCAIRE

L'organisme est autorisé à emprunter un montant de 50 000 \$ au taux préférentiel de l'institution financière plus 2,5 %. Au 31 mai 2025 le solde disponible est de 41 617 \$ (50 000 \$ au 31 mai 2024).

8. CRÉDITEURS

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Fournisseurs et frais courus	162 978 \$	226 602 \$
Revenus perçus d'avance	10 000	13 734
Salaires et vacances à payer	113 878	101 343
Sommes à remettre à l'État	<u>33 448</u>	<u>25 737</u>
	<u><u>320 304</u></u> \$	<u><u>367 416</u></u> \$

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

9. APPORTS REPORTÉS

Les apports reportés représentent des subventions de fonctionnement reçues au cours de l'exercice considérées et destinées à couvrir les charges de fonctionnement de l'exercice subséquent et des ressources non dépensées qui, en vertu d'affectations externes, sont destinées à des projets spécifiques. Les variations survenues dans le solde des apports reportés sont les suivantes :

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Solde au début de l'exercice	957 022 \$	289 186 \$
Moins : montant constaté à titre de produits au cours de l'exercice	(839 239)	(276 886)
Plus : montant reçu pour l'exercice suivant	<u>103 100</u>	<u>944 722</u>
Solde à la fin de l'exercice	<u><u>220 883</u></u> \$	<u><u>957 022</u></u> \$
Patrimoine canadien	-	14 000
Patrimoine canadien - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	-	2 900
Conseil des arts du Canada - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	-	12 300
Conseil des arts et des lettres du Québec		
- Fonctionnement	75 600	70 000
- Soutien à des résidences de création en arts du cirque	-	30 616
- Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	-	5 800
- Mission de développement	25 000	-
- Mise en ligne, actualisation et promotion de la norme descriptive des métadonnées pour les arts de la scène	9 338	151 690
- Agent de développement culturel numérique	-	50 416
- Scène Pro	102 217	412 885
Ministère de la Culture et des Communications - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	-	6 800
Commission des partenaires du marché du travail	6 228	127 115
Compétence Culture	2 500	7 500
Musicaction	-	62 100
Autres - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	<u>-</u>	<u>2 900</u>
	<u><u>220 883</u></u> \$	<u><u>957 022</u></u> \$

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

10. APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AUX IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les apports reportés afférents aux immobilisations incorporelles représentent des subventions du Conseil des arts du Canada, de Patrimoine canadien, du Conseil des arts et des lettres du Québec, du Ministère de la Culture et des Communications et de Musicaction octroyées pour le projet de développement d'une nouvelle plateforme. Ils sont amortis au même rythme que les immobilisations y afférentes. Les variations survenues dans le solde des apports reportés sont les suivantes :

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Solde au début de l'exercice	946 805 \$	1 105 048 \$
Moins : montant constaté au cours de l'exercice	<u>(158 243)</u>	<u>(158 243)</u>
Solde à la fin de l'exercice	<u><u>788 562</u></u> \$	<u><u>946 805</u></u> \$

11. ENGAGEMENT CONTRACTUEL

L'engagement pris par l'organisme en vertu d'un bail totalise 178 021 \$ et les versements à effectuer au cours des cinq prochains exercices sont les suivants :

2026	43 597 \$
2027	43 597 \$
2028	43 597 \$
2029	43 597 \$
2030	3 633 \$

12. ENGAGEMENT CONTRACTUEL - SCÈNE PRO

L'organisme s'est engagé envers son partenaire dans le projet Scène Pro à lui verser une redevance équivalente à 20 % des surplus générés par l'exploitation de la plateforme Scène Pro jusqu'à concurrence de la somme investie par le partenaire, soit une somme de 299 804 \$.

Au 31 mai 2025, aucune redevance n'a été versée puisque l'exploitation de la plateforme n'a pas généré de surplus.

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

NOTES COMPLÉMENTAIRES

31 MAI 2025

**13. VARIATION NETTE D'ÉLÉMENTS HORS TRÉSORERIE LIÉS AU
FONCTIONNEMENT**

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
Débiteurs	(3 120) \$	(31 363) \$
Apports à recevoir	(102 821)	126 452
Frais payés d'avance	(4 600)	(12 948)
Créditeurs	(47 112)	33 276
Apports reportés	<u>(736 139)</u>	<u>667 836</u>
	<u>(893 792) \$</u>	<u>783 253 \$</u>

14. INSTRUMENTS FINANCIERS

Risques financiers

Les risques importants découlant d'instruments financiers auxquels l'organisme est exposé au 31 mai 2025 sont détaillés ci-après.

Risque de liquidité

Le risque de liquidité est le risque que l'organisme éprouve des difficultés à honorer des engagements liés à ses passifs financiers. L'organisme est exposé à ce risque principalement à l'égard de ses fournisseurs et frais courus.

Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un actif financier manque à l'une de ses obligations et amène de ce fait l'organisme à subir une perte financière. Le risque de crédit pour l'organisme est principalement lié aux clients.

L'organisme consent du crédit à ses clients dans le cours normal de ses activités. Il effectue, de façon continue, des évaluations de crédit à l'égard de ses clients et maintient des provisions pour pertes potentielles sur créances, lesquelles, une fois matérialisées, respectent les prévisions de la direction.

Pour les subventions à recevoir, l'organisme évalue, de façon continue, les montants à recevoir sur la base des montants dont il a la quasi-certitude de recevoir en s'appuyant sur leur valeur de réalisation estimative.

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.****NOTES COMPLÉMENTAIRES****31 MAI 2025**

14. INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)**Risque de taux d'intérêt**

Le risque de taux d'intérêt est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations de taux d'intérêt. L'organisme est exposé au risque de taux d'intérêt en ce qui concerne ses instruments financiers à taux d'intérêt fixe et à taux d'intérêt variable. Les instruments à taux d'intérêt fixe assujettissent l'organisme à un risque de juste valeur puisque celle-ci varie de façon inverse aux variations des taux d'intérêt du marché. Les instruments à taux variables assujettissent l'organisme à des fluctuations des flux de trésorerie futurs connexes.

15. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de l'exercice 2024 ont été reclassés afin de rendre leur présentation identique à celle de l'exercice 2025.

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ANNEXE A		
APPORTS		
Patrimoine canadien	428 000 \$	380 000 \$
Patrimoine canadien - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	2 900	17 100
Conseil des arts du Canada - Innovation et développement du secteur - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	12 300	72 700
Conseil des arts et des lettres du Québec		
- Fonctionnement	302 400	280 000
- Bonification ponctuelle au fonctionnement	-	43 240
- Soutien à des résidences de création en arts du cirque	30 616	151 634
- Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	5 800	34 200
- Mission de développement	25 000	25 000
- Mise en ligne, actualisation et promotion de la norme descriptive des métadonnées pour les arts de la scène	142 352	38 810
- Agent de développement culturel numérique	60 480	55 917
- Projet Scène Pro	310 687	336 730
Ministère de la Culture et des Communications		
- Accueil de diffuseurs internationaux	50 000	50 000
- Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	6 800	39 950
Secrétariat à la Capitale-Nationale	45 000	49 050
Secrétariat du Québec aux relations canadiennes	10 000	-
Commission des partenaires du marché du travail	151 832	54 949
Ville de Québec - Service de la culture	30 000	25 000
Destination Québec Cité	16 000	20 000
Musicaction (Fonds de la musique du Canada)	77 900	55 039
Compétence Culture	67 801	48 910
Autres - Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène	<u>7 900</u>	<u>17 100</u>
	<u>1 783 768</u> \$	<u>1 795 329</u> \$

RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS (RIDEAU) INC.

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

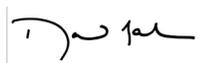
EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ANNEXE B		
FONCTIONNEMENT		
Salaires et charges sociales	425 364 \$	390 896 \$
Honoraires	40 946	66 780
Abonnements et formation	20 730	17 241
Déplacements et hébergement	2 620	8 705
Frais de bureau et informatique	34 235	36 239
Assurances	3 659	4 138
Télécommunications	8 606	10 354
Frais de local	55 829	53 321
Entretien et locations diverses	11 303	7 276
Taxes et permis	39	38
Promotion et relations publiques	5 408	9 508
Représentation	15 498	5 055
Frais de gouvernance	13 099	5 770
Intérêts et frais bancaires	7 201	7 618
Amortissement des immobilisations corporelles	<u>11 536</u>	<u>8 787</u>
	<u><u>656 073</u></u> \$	<u><u>631 726</u></u> \$

ANNEXE C

ÉVÉNEMENT

Salaires et charges sociales	301 574 \$	265 457 \$
Honoraires	26 270	15 761
Promotion et relations publiques	90 053	68 450
Accueil des professionnels nationaux et internationaux	125 703	99 854
Publications	14 112	4 919
Place du marché	137 401	109 261
Vitrines de spectacles	152 210	147 509
Soirée des prix RIDEAU	96 965	83 627
Autres frais de production	41 042	34 698
Forum	56 891	45 200
Frais bancaires	<u>25 329</u>	<u>24 763</u>
	<u><u>1 067 550</u></u> \$	<u><u>899 499</u></u> \$



**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ANNEXE D		
PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT DU DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL		
Honoraires	8 000 \$	8 000 \$
Déplacements	2 697	2 021
Frais de production et de bureau	1 500	1 800
Appels de projets	<u>140 996</u>	<u>143 368</u>
	<u>153 193</u> \$	<u>155 189</u> \$

ANNEXE E

FORMATION

Salaires et charges sociales	24 829 \$	13 089 \$
Honoraires	126 166	29 445
Déplacements des formateurs et participants	28 658	19 853
Frais de production et de bureau	<u>15 609</u>	<u>7 072</u>
	<u>195 262</u> \$	<u>69 459</u> \$

ANNEXE F

RÉSIDENCES DE CRÉATION EN ARTS DU CIRQUE

Appels de projets	<u>28 079</u> \$	<u>131 436</u> \$
-------------------	------------------	-------------------

ANNEXE G

GROUPE DE TRAVAIL SUR LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE

Honoraires	<u>25 316</u> \$	<u>178 374</u> \$
------------	------------------	-------------------

ANNEXE H

**MISE EN LIGNE, ACTUALISATION ET PROMOTION DE LA NORME
DESCRIPTIVE DES MÉTADONNÉES POUR LES ARTS DE LA SCÈNE**

Honoraires	<u>104 549</u> \$	<u>25 667</u> \$
------------	-------------------	------------------

**RÉSEAU INDÉPENDANT DES DIFFUSEURS D'ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES UNIS
(RIDEAU) INC.**

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE CLOS LE 31 MAI 2025

	<u>2025</u>	<u>2024</u>
ANNEXE I		
SCÈNE PRO OPÉRATIONS		
Salaires et charges sociales	165 155 \$	146 454 \$
Honoraires	23 136	6 179
Frais de production et maintenance	250 375	339 512
Frais bancaires	5 942	6 774
Amortissement des immobilisations incorporelles	<u>160 577</u>	<u>160 577</u>
	<u>605 185</u> \$	<u>659 496</u> \$

Annexe 5

Budget 2025-2026

REVENUS	Budget 2025-2026	Résultats au 31 mai 2025*
Fonctionnement		
Subventions	611 000	591 400
Revenus de cotisations	120 299	120 543
Revenus divers	45 000	49 825
Total revenus Fonctionnement	776 299	761 768
Événement		
Subventions	301 000	267 900
Revenus inscriptions RIDEAU	446 500	454 639
Revenus publicités et vitrines	67 000	70 059
Revenus de commandites	98 000	89 000
Revenus divers	4 500	3 270
Total revenus Événement	917 000	884 868
Scène Pro		
Amort. des apports reportés - immo. Incorporelles	158 243	158 243
Revenus de subventions	570 569	371 167
Revenus autonomes	187 600	174 858
Total revenus Scène Pro	916 412	704 268
Projet AUTRES		
Référentiel	199 838	142 352
GTFAS	-	35 700
Résidences de Cirque	-	30 616
Étude de besoins de formation	40 000	-
Total revenus Projets	239 838	208 668
Développement professionnel		
Formations continues	23 500	32 801
Profession diffuseur / Diffuseur Leader	200 000	190 986
PADO	160 000	160 000
Total revenus Développement professionnel	383 500	383 787
Total des revenus de la corporation	3 233 049	2 943 358
DÉPENSES		
Fonctionnement		
Salaires & avantages sociaux	462 680	425 364
Honoraires	40 000	40 947
Frais généraux	127 550	137 021
Promotion et publicités - Communications	50 000	5 408
Frais de représentation équipe et direction générale	15 000	13 665
Frais du conseil d'administration	3 000	2 251
Frais d'AGA et rencontres des membres	30 000	10 848
Mauvaises créances	1 000	-
Frais bancaires	8 000	7 201
Amortissement des immobilisations corporelles	10 000	11 536
Total dépenses Fonctionnement	747 230	654 239

DÉPENSES (suite)	Budget 2025-2026	Résultats au 31 mai 2025*
Évènement		
Salaires & avantages sociaux	293 141	301 574
Honoraires	30 000	26 270
Promotion, relations de presse et publication	83 550	104 070
Cocktails et réseautage	55 000	-
Développement international (pro., artistes, mission)	154 796	125 719
Place du marché	134 500	137 401
Vitrines de spectacles	149 350	152 210
Soirée des prix RIDEAU	91 500	96 965
Autres frais de production	81 080	66 451
Dépenses en services et échanges	-	-
Forum: RIDEAU	65 000	56 891
Contingence	-	-
Total dépenses Évènement	1 137 916	1 067 550
Scène Pro		
Amortissement portail et plateforme	160 577	160 577
Salaires, avantages sociaux	176 630	165 155
Honoraires	83 193	-
Corrections et mise à jour	198 354	139 637
Communication marketing	14 303	-
Maintenance	134 500	110 738
Redevances et autres frais	6 500	33 609
Total dépenses Scène Pro	774 057	609 716
Projets		
Référentiel	148 445	104 549
GTFAS	-	25 316
Résidences de Cirque	-	28 079
Autre (Études)	61 000	-
Total Projets	209 445	157 944
Développement des compétences		
Formations continues	214 400	195 262
Développement organisationnel (PADO)	150 000	150 496
Total Développement des compétences	364 400	345 758
Total des dépenses de la corporation	3 233 049	2 835 206
Surplus (déficit)	0	108 152
Réserve Recherche, doc, concertation, dev.	-	-
Surplus (déficit) après affectation des réserves	0	108 152

* Regroupement pour des fins budgétaires seulement, veuillez svp vous référer aux états financiers audités pour les résultats

Partenaires

Association RIDEAU



Patrimoine
canadien Canadian
Heritage



Conseil
des arts
et des lettres
du Québec

Formation continue



COMPÉTENCE
CULTURE
COMITÉ SECTORIEL DE
MAIN-D'ŒUVRE EN CULTURE



Scène Pro



Conseil des arts
du Canada Canada Council
for the Arts



Conseil
des arts
et des lettres
du Québec

Partenaires

RIDEAU 2025

Partenaire principal



Partenaire majeur



Partenaires expérience



Partenaire du développement durable



Partenaires publics



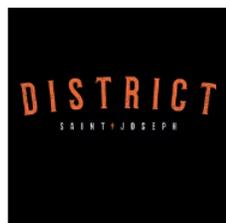
Partenaires alliances



Partenaires diffuseurs



Restaurants partenaires



Partenaires de services

