

COMMENT FAIRE DES SHOWS DE RUELLE



Show de ruelle, Petite Marquette 2023

UN GUIDE PRATIQUE PRÉSENTÉ PAR LE PROJET PARTICIPATIF CITOYEN :

PETITE MARQUETTE

En partenariat avec

PROJET ACCOMPAGNÉ PAR



Solon

Rosemont
La Petite-Patrie

Montréal

Auteur-ices

Anis Azzoug

Bénévole du Projet Participatif Citoyen
Show de ruelle Petite Marquette

Geneviève Bourboin

Bénévole du Projet Participatif Citoyen
Show de ruelle Petite Marquette

Edition et mise en page

Andrea Paola Serrano Múgica

Coordination au soutien des
Projets participatifs citoyens chez Solon

Delphine Chalon

Communications – Volet Communauté
des Possibles chez Solon

Septembre 2024

PROJET ACCOMPAGNÉ PAR



Solon

TABLE DES MATIÈRES

1	INTRODUCTION
1	QUI SOMMES NOUS ?
2	NOTRE HISTOIRE
3	C'EST QUOI UN PROJET PARTICIPATIF CITOYEN ?
3	SOLON ET PETITE MARQUETTE
4	UN MESSAGE DE PETITE MARQUETTE
4	L'ESPRIT SHOW DE RUELLE: CROISSANCE ET APPRENTISSAGE
5	COMMENT LIRE CE GUIDE
6	MOBILISER UNE ÉQUIPE
7	COMMENT TROUVER DES GENS QUI VEULENT S'IMPLIQUER AVEC MOI DANS LE PROJET ?
8	LES RÔLES INDISPENSABLES
11	MOBILISER TOUTE LA RUELLE
12	TROUVER DES ARTISTES
13	RECHERCHE D'ARTISTES
14	RECHERCHE D'ARTISTES
14	COMMUNICATION AVEC LES ARTISTES
14	AVEZ-VOUS LES RÉPONSES À TOUTES CES QUESTIONS ?
15	CE QUE L'ARTISTE POURRAIT VOULOIR SAVOIR
16	CE QUE VOUS POURRIEZ VOULOIR SAVOIR
17	PROGRAMMATION
17	COMMENT CHOISIR UNE DATE ?
18	COMMENT CHOISIR UN HORAIRE ?
19	EXEMPLE D'HORAIRE
20	LOGISTIQUE D'UN SHOW DE RUELLE
20	LE QUARTIER GÉNÉRAL
20	LE LIEU DU SHOW
22	MATÉRIEL TECHNIQUE SONORE
23	PENSE-BÊTE MATÉRIEL TECHNIQUE SONORE
24	OÙ PEUT-ON SE PROCURER LE MATÉRIEL ?
25	MATÉRIEL NON SONORE
26	PENSE-BÊTE MATÉRIEL
27	LOIS ET PERMIS
28	SÉCURITÉ
28	PERMIS D'ALCOOL
28	QUAND VIENT LA POLICE ?
27	BUDGET
29	TROUVER FINANCEMENT
30	GESTION BUDGÉTAIRE
31	COMMUNICATION AVEC LE PUBLIC
31	VOTRE IDENTITÉ
32	LOGO & OUTILS D'IDENTITÉ VISUELLE
33	DIFFUSION
33	AFFICHAGE
35	LES RÉSEAUX SOCIAUX
37	ANNEXE

INTRODUCTION

QUI SOMMES NOUS ?

LE PROJET PARTICIPATIF CITOYEN PETITE MARQUETTE

Nous sommes un regroupement de citoyen-nes organisant des spectacles de musique dans les ruelles afin d'offrir des moments de convivialité entre voisin-es dans un contexte de plaisir et de solidarité, tout en faisant découvrir des artistes locaux-ales et émergent-es.



**Anis
Azzoug**



**Miriam
Rouleau-Perez**



**Geneviève
Bourboin**



**Mireille
Malaket**



Suivez-nous
sur Facebook



petitemarquette@gmail.com

NOTRE HISTOIRE

En 2020, au début de la pandémie COVID-19, Miriam Rouleau-Perez et des voisin-es décident de sortir sur leurs balcons de la rue De la Roche, inspiré-es par un mouvement en Italie. Peu de temps après, d'autres voisin-es rejoignent l'initiative avec des instruments de musique. Rapidement, l'initiative s'est transformée en groupe citoyen organisé, appelé « **les Chansons solidaires** » : nous sommes passé-es **des balcons à la ruelle !**

Plus tard, les fêtes d'été entre voisin-es et les festivités ont pu reprendre. Une voisine propose l'idée d'inviter un artiste dans la ruelle afin d'organiser un **spectacle**. Elle mobilise le voisinage.

Un autre voisin, Anis Azzoug, assiste à un spectacle qui a lieu dans une autre ruelle. Inspiré par la chaleur et la beauté du spectacle, il propose à l'artiste de recréer cette magie dans sa ruelle. C'est ainsi que le projet **Show de Ruelle Petite Marquette** est né, porté par Anis Azzoug, avec la participation de plusieurs voisin-es : enfants comme adultes ! Anis propose ses deux amplis et son matériel de podcast, complété par l'équipement des artistes. Pas de console de son, ni d'enceinte. Le voisinage passe le chapeau pour rémunérer les artistes, qui sont surpris-es par la générosité du public.

Le projet se joint au programme des **Projets Participatifs Citoyens** (PPC) en 2022 et obtient du financement pour deux volets : la création de bacs potagers publics dans le parc Père-Marquette avec la collaboration de l'organisme Mon Potager en Ville et les shows de ruelle, permettant la rémunération des artistes.

Pour la édition suivante du programme PPC en 2023, le projet devient accompagné par Solon, pour avoir un financement en deux volets sur 2 ans :

- ➔ le volet « les Shows de Ruelles » permettant l'achat d'équipement sonore, de la diffusion dans le quartier et la **rémunération des artistes**
- ➔ le volet en partage et mise en commun des connaissances, en créant un **Guide Show de Ruelle**, afin de partager leurs apprentissages avec d'autres groupes citoyens, **que vous avez entre les mains !**



Marquage au mur, ruelle place au soleil, 2020



Rassablement de voisin-es, ruelle place au soleil, 2020



Chansons solidaires, place au soleil, 2020

C'EST QUOI UN PROJET PARTICIPATIF CITOYEN ?

Il s'agit d'un programme porté par [l'Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie](#) qui invite les organismes locaux et la population à faire vivre leurs idées pour transformer le quartier !

Verdissement, projets culturels, installations artistiques... Tous les projets sont imaginés, élaborés et **réalisés par et avec la communauté !**

SOLON ET PETITE MARQUETTE

[Solon](#) est l'organisme qui pour accompagne le projet participatif citoyen Show de Ruelle Petite Marquette 2023 à 2025 dans la réalisation de leurs objectifs, dans une optique de transition socio-écologique.

L'accompagnement prend plusieurs formes :

- Suivis budgétaires (suivis de dépenses et remboursements)
- Suivis administratifs (demandes de permis d'événements, etc.)
- Formations en mobilisation (incluant des formations en ÉDI)
- Formations en communication (création d'identité visuelle et gestion des médias sociaux)
- Organisation de cliniques communication 1 fois par mois pour le suivi régulier des projets.
- Mise en commun des connaissances (soutien à la rédaction du guide show de ruelle , création des pages wikidespossibles. etc)

UN MESSAGE DE PETITE MARQUETTE

L'ESPRIT SHOW DE RUELLE: CROISSANCE ET APPRENTISSAGE

Avant d'aborder les **aspects techniques** et terre-à-terre de l'organisation de shows de ruelle, assurons-nous d'être sur la même longueur d'onde, parce qu'organiser des shows de ruelle, c'est avant tout un **état d'esprit** : il faut de la **débrouillardise**, de la **flexibilité** et surtout, **beaucoup d'amour!**

Il faut aussi avoir une bonne dose d'ambition, tout en sachant se contenter de peu (du moins, au début) ! Dans ce guide, on va vous parler de beaucoup choses : **le matériel technique, la promotion, les permis, les budgets, la logistique**, etc. Cette information pourrait vous sembler écrasante : est-ce vraiment nécessaire d'apprendre tout cela pour organiser un premier show de ruelle?

Bien sûr que non ! N'attendez pas de maîtriser tout ce guide avant de commencer à vous organiser. De notre côté, nous avons commencé **tout petit**, avec un micro, un ampli, de **la volonté** et **l'aide des voisin-es**: au début, nous n'avions ni permis, ni budget, ni matériel !

C'est pourquoi nous insistons surtout sur ces **trois principes**:

- 1. Commencez petit**
- 2. Ayez du plaisir tout le long**
- 3. Grandissez tranquillement, à la hauteur de vos moyens et de votre expérience.**

COMMENT LIRE CE GUIDE

Ce guide se veut **malléable** : nous vous donnerons des informations parfois très spécifiques, mais nous insisterons beaucoup sur des **conseils généraux**. Nous allons aussi vous raconter de petites anecdotes personnelles pour vous montrer que l'on n'a pas toujours été au top, et que l'on a encore beaucoup à apprendre !

Pour nous, les Shows de Ruelles ce sont surtout des spectacles musicaux, mais n'oubliez pas ! Votre projet aura ses **spécificités**, ses **ambitions**, ses **dimensions** et ses besoins tout particuliers : à vous d'adapter toutes les notions partagées ici à **votre contexte**!

Bien que ce guide est créé pour les shows de ruelle, il pourrait servir à d'autres types de **projets bénévoles** en souhaitant animer leur milieu de vie, alors n'hésitez pas à y rester. Plusieurs conseils pourraient vous être utiles!

On vous présente les symboles que vous trouverez tout au long de ce guide :



BROCHE À FOIN

Des conseils pour les ruelles qui commencent.



L'HEURE DU CONTE

Nous allons vous raconter une expérience qui a eu lieu directement à Petite Marquette



TRUC DE PRO

Petits encadrés avec des conseils plus pointus

MOBILISER UNE ÉQUIPE

Chaque projet aura sa propre histoire, qui dépendra de toutes sortes de choses : est-ce que vous habitez une **ruelle verte**? Est-ce que votre voisinage est tissé serré? Est-ce que vous avez déjà des **projets en commun** ou vous partez de zéro?

Selon le niveau d'**enthousiasme**, d'**entraide** qui règne dans votre voisinage, vous devrez vous y prendre différemment!

Il y a cependant une chose qui est généralement vraie : l'idée germe d'abord dans la tête d'une seule personne, qui en parle à une poignée **d'ami-es et de voisin-es proches**.



Chez nous, l'idée des shows de ruelle est apparue lorsque nous sommes allé-es voir notre amie pianiste qui se produisait dans une petite ruelle d'Hochelaga. C'était tout simple : un piano, un ampli, des vieilles dames qui offraient du vin à tout le monde sous un beau soleil d'après-midi. Chaque personne n'avait qu'à apporter sa chaise ! Cela nous a paru si facile que nous avons importé le concept derrière chez nous, avec un tabouret, un micro et une guitare !



Show de ruelle, Petite Marquette, 2024

COMMENT TROUVER DES GENS QUI VEULENT S'IMPLIQUER AVEC MOI DANS LE PROJET ?

Que ce soit une seule personne, trois ou cinq, ce petit groupe formera le noyau du projet. Ce noyau pourra ensuite mobiliser le reste du **voisinage** pour avoir leur **aide ponctuelle**, mais il ne pourra pas compter sur l'énergie de tout le monde à tout moment.

Voici quelques conseils pour **approcher** les gens et leur **convaincre** de s'impliquer:

SOYEZ PRÊT-ES

- **Préparez un petit discours** sur votre idée et les bénéfices ou avantages de réaliser le projet, « ça va tisser des liens de communauté, ça va créer de la vie pour notre ruelle, nous allons encourager la culture dans notre communauté, etc. »
- Soyez capable de résumer votre projet avec un message **clair et simple** (trois idées principales)

SUSCITEZ LEUR INTÉRÊT !

- Communiquez le **côté unique** du projet : « nous allons pouvoir choisir les artistes, des spectacles, ce seront des concerts intimistes, nous n'aurons pas besoin de nous déplacer loin pour faire des activités ! »
- Soulignez **l'unité** que crée le projet ("c'est pour notre communauté")
- Créez une connection **personnelle** et un lien de **confiance** ("Moi aussi, je participe !")

POSITIONNEZ-VOUS POSITIVEMENT

- Soyez **empathique**, à l'écoute et agréable
- Parlez du projet avec **confiance**. Un projet en création est un projet **légitime**, peu importe l'étape à laquelle vous êtes rendu-es : « Allô ! Je suis représentant-e du nouveau projet x »

STIMULEZ LE PREMIER PAS VERS L'ACTION

- ➔ Obtenez un premier **petit engagement** de la personne, il favorisera un prochain engagement plus important
- ➔ Offrez **plusieurs options d'engagement** pour que tous puissent trouver quelque chose (Un engagement pourrait être de s'engager à l'organisation du show, mais un ça peut être aussi de prêter une rallonge le jour du show)
- ➔ Inviter un-e voisin-e à un **événement ponctuel**, puis lors de cette activité l'inviter à s'impliquer aux rencontres

FAVORISEZ LA CONFIANCE AUX INDIVIDUS

- ➔ Laissez toujours **le choix** à la personne de participer ou non, la liberté de refuser
- ➔ Mettez de l'avant les **compétences / habiletés / motivations** des personnes présentes

CRÉEZ DES CONTEXTES DE MOBILISATION INCLUSIFS ET RASSEMBLEURS

- ➔ **La nourriture rassemble** : offrez des repas, encouragez à **faire découvrir** et partager des plats de communautés variées
- ➔ Soulignez les compétences, les connaissances du milieu de vie et **l'expérience** des personnes présentes
- ➔ Aidez à **diviser les tâches** au sein des groupes pour s'assurer que tous y trouvent leur compte
- ➔ Aidez à **définir des rôles** pour encourager les responsabilités
- ➔ Favorisez la **cocréation** en petits groupes
- ➔ Favorisez la prise de décision **horizontale** et non hiérarchique
- ➔ Rappelez souvent l'**objectif**, la **mission** et les **valeurs** derrière le projet
- ➔ **Célébrez vos réussites collectives !**

LES RÔLES INDISPENSABLES

Il sera pertinent d'**établir clairement** les **responsabilités de chacun-e**. Au début, ça se fera de façon assez naturelle et spontanée mais plus le projet prendra de l'ampleur, plus de gens seront impliqués, plus ce sera nécessaire. Cela évitera que des tâches soient boudées et tombent entre deux chaises ou que deux personnes tentent de s'occuper de la même chose en même temps. On limite donc la confusion et les potentielles frustrations en s'assurant de garder le noyau **impliqué et motivé**.

Voici les rôles que nous avons **distribués dans notre groupe** et qui ont fonctionné pour nous!

Bien sûr, vous allez découvrir **votre propre façon de vous organiser** et vous répartir les tâches. Regardez les responsabilités de chaque rôle, mélangez-les et ré-attribuez-les en fonction de ce qui est le mieux pour votre réalité !

L'EXPERT-E

De notre expérience, il est bienvenu de compter une personne dans l'équipe qui a une expérience dans le milieu artistique. Par exemple, si vous voulez des shows de musique, il faut que la personnes soit en mesure de :

- **Prendre contact** avec les artistes
- **Négociier** avec elles et eux
- Maîtriser les bases de la **technique sonore**

Pourquoi ?

- Pouvoir solutionner des **imprévus techniques**
- Avoir un **réseau d'artistes** à inviter (et connaître les tarifs en vigueur)
- Éviter d'engager des gens pour des **tâches spécialisées**

Si vous ou une personne de votre noyau n'avez pas cette expertise, commencez très petit! Des shows en acoustique qui ne nécessitent pas de support technique de votre part est un très bon point de départ.

L'ORGANISÉ-E

Si tout le monde dans l'équipe est organisé, c'est encore mieux ! Mais, il faut au moins une personne qui ait de la facilité, puisque pour ce projet vous devrez :

- Gérer un **calendrier**
- Gérer un **budget** (même si petit)
- Répondre efficacement à des courriels
- S'assurer que tout roule comme prévu !

À mesure que le projet prend de l'ampleur, ce rôle devient de plus en plus important!



Si vos shows de ruelle prennent de l'ampleur, ce rôle s'étendra aussi à la gestion des réseaux sociaux et de la communication avec le public. On en reparlera plus en détails dans la section « réseau sociaux » !

LE/LA GARDIEN-NE DU SENTI

Pour finir, si les membres de l'équipe sont très « drivé-es » et productif-ves, ça prend une personne qui est capable de prendre du recul, leur rappeler de prendre une respiration : on fait ça **bénévolement** et **pour le plaisir**. Cette personne détecte les frustrations lorsqu'elles sont encore petites et prévient les désagréments.

ATTENTION

Ces trois rôles ne doivent pas nécessairement être distribués à trois personnes différentes. Peut-être vous organisez vos shows de ruelle en solo, auquel cas vous devez tenir ces trois rôles en vous assurant de toujours **rester sensible** à vos propres ressentis. Peut-être serez-vous plusieurs : chaque personne pourra être à la fois experte, organisée et empathique (en fait, c'est même l'idéal !). L'important, c'est que **ces trois habiletés soient présentes dans votre équipe**, peu importe comment elles sont distribuées. C'est ce qui permettra à votre équipe (et à vos spectacles) de vivre longtemps !

MOBILISER TOUTE LA RUELLE



Se donner des rôles augmente la motivation puisque le groupe s'attend à ce que chaque participant accomplisse ses missions, et chaque personne se sente estimée pour le rôle qu'elle doit jouer



(Dolan et al, 2002)

Une fois que le noyau de l'équipe est constitué, vous pourrez vous adresser à d'autres voisin-es pour vous aider. Seulement, comme elles ne sont pas à vos réunions, ces personnes seront moins autonomes, il faudra donc leur dire quoi faire ! Vous pouvez leur demander toutes sortes de choses, comme par exemple:

- ➔ Vous prêter des **lampes, rallonges, chaises**, etc.
- ➔ Prêter leur maison pour qu'elle serve de «loge».
- ➔ Prêter leur sous-sol ou un espace pour **entreposer le matériel technique**.
- ➔ Faire une tournée de **porte-à-porte** pour informer les voisin-es.
- ➔ Préparer un repas pour les artistes.
- ➔ Vous aider à **déplacer, ranger, installer, décorer**, etc.
- ➔ **Créer, distribuer** ou placarder du **matériel promotionnel**.
- ➔ **Nettoyer** l'espace en amont du spectacle.

Plus vos shows de ruelle seront ambitieux, plus vous aurez de tâches à gérer. Si c'est facile à expliquer, **délégez !**



TRUC DE PRO

Même si vous n'avez pas vraiment besoin d'aide de voisin-es, acceptez la si elle est offerte ! En plus de vous décharger d'une tâche, cela permet à la communauté de se sentir concernée : ça développe un sentiment d'appartenance entre les spectacles et la communauté qui les accueille. Si vous refusez souvent leur aide au début du processus, il y a des chances qu'on ne vous l'offre plus le jour où vous en aurez plus besoin.

TROUVER DES ARTISTES

Dans ce chapitre, on va s'intéresser tout particulièrement au clou du spectacle : **les artistes** ! Que ce soient des **performances musicales, du cirque**, de **l'humour** ou du **théâtre**... Le tout est de savoir bien les choisir, et d'en prendre soin!

Pour trouver des artistes, il faut partir de ce que vous (et votre entourage) connaissez. Plus vous connaissez le milieu artistique (même si vous n'en faites pas partie), plus vous aurez de la facilité à débusquer des talents. Le secret : **c'est la curiosité** !

Pour organiser des shows, **il faut en voir** ! Sortez-vous parfois le soir pour aller voir des gens se produire sur scène ? Fréquentez-vous **les festivals** et les bars à spectacle ? Êtes-vous à l'affût des **programmations** ? Vous arrêtez-vous parfois pour écouter les musicien-nés de rue ou de métro ?

Ne vous inquiétez pas, vous n'êtes pas non plus obligé-e d'être abonné-e à trois magazines et de passer des nuits blanches en ville une fois par semaine! On peut se contenter de peu: Montréal est une ville bourrée de talent. Les artistes de qualité débordent dans le milieu alternatif et underground et ne demandent qu'à avoir des **opportunités de se produire** !



Show de ruelle, Petite Marquette, 2024



Show de ruelle, Petite Marquette, 2024

RECHERCHE D'ARTISTES

Voici quelques conseils pour trouver les artistes qui animeront vos spectacles :

CHERCHEZ DANS VOTRE NOYAU

Connaissez-vous quelqu'un qui connaît un-e artiste ? Peut-être quelqu'un dans votre ruelle est un-e artiste !

LES PROJETS DE VOTRE ENTOURAGE

Connaissez-vous **d'autres ruelles** ou **projets bénévoles** qui peuvent vous conseiller ou vous référer ?

Voici quelques projets bénévoles qui animent leur quartier. Regardez leur programmation pour prendre de **l'inspiration !**

- > [Shows de Ruelle Petite Marquette](#) (PPC Rosemont–La Petite-Patrie)
- > [Nord des Possibles](#) (PPC Rosemont–La Petite-Patrie)
- > [St-Émile&Cie.](#) (PPC Rosemont–La Petite-Patrie)

Voici d'autres plateformes dont vous pouvez trouver de l'inspiration pour votre programmation :

- > [Le calendrier culturel de Montréal](#)
- > [La programmation du Festival des arts de ruelle](#)

FAITES UN APPEL AUX ARTISTES !

Publiez sur vos **réseaux sociaux** que vous cherchez des artistes pour animer votre ruelle et demandez à votre réseau de partager !

Vous pouvez aussi publier sur cultive.ca pour faire votre appel aux artistes. Sentez-vous à l'aise de mentionner que vous réalisez un projet bénévole et que vous cherchez des artistes prêt-es à se présenter comme bénévole ou avec un tarif amicale.

LE PREMIER CONTACT

Pour choisir des artistes, **fiez-vous à votre propre goût**, à votre connaissance de votre propre ruelle. L'idéal, c'est d'aller le ou la voir **directement** (par exemple, après son spectacle ou durant une pause) pour vous présenter, lui parler de votre projet de shows de ruelle et de l'ambiance qui y règne, et sonder son intérêt.



N'allez pas trop dans les détails. Il y a probablement une file d'attente de personnes qui veulent faire des compliments sur le spectacle. Si l'artiste semble partant-e, prenez ses coordonnées. Le lendemain, appelez, écrivez un courriel ou contactez-les par ses réseaux sociaux, pour amorcer une conversation plus détaillée.

COMMUNICATION AVEC LES ARTISTES

Certain-es artistes auront des étoiles dans les yeux dès que vous leur parlerez d'un **show communautaire** dans une ruelle tissée serrée. Cependant, cela pourrait provoquer un réflexe de méfiance. Il ne faut pas leur en vouloir! Dans le milieu très « rude » des arts vivants, les artistes se font souvent offrir des contrats mal payés, mal organisés ou un peu exploiteurs.

L'important, durant vos **conversations** avec les artistes, sera d'**être clair-es, transparents-es** et bien **organisé-es**. Ne faites pas de promesses si vous n'êtes pas en mesure de les tenir! Parlez-leur des avantages de ce genre de spectacles «underground» tout en les préparant aux inconvénients.

Pour être bien **organisé-es** et **rassurant-es**, essayez d'anticiper leurs questions et d'avoir déjà pris toutes les décisions nécessaires. Essayez également de leur demander toutes les informations dont vous pourriez avoir besoin.

AVEZ-VOUS LES RÉPONSES À TOUTES CES QUESTIONS ?

CE QUE L'ARTISTE POURRAIT VOULOIR SAVOIR.

Combien ça paye?	<p>Est-ce qu'il y a un cachet garanti ? Si on passe le chapeau, comment l'argent sera-t-il partagé entre les différents groupes (s'il y en a plus qu'un) ? Est-ce que c'est payé en comptant, par chèque ou par dépôt direct ? Puis-je vendre ma merch quelque part autour de la scène ?</p>
Accommodements	<p>Y aura-t-il une loge, des toilettes, un endroit sécuritaire où entreposer mes affaires ? Y aura-t-il à manger et à boire ? Le souper est-il offert ? Sinon, y a-t-il un bon resto pas loin ? L'alcool est-il permis ? Y a-t-il un espace de stationnement ?</p>
Questions techniques	<p>Quel équipement sonore sera fourni ? Les instruments seront-ils à l'abri s'il y a de la pluie ? Sur quel type de surface allons-nous jouer ? Y a-t-il un tapis de batterie ou des plateformes ?</p>
Questions administratives	<p>Y a-t-il un contrat à signer ? Si le spectacle est annulé ou reporté, ce sera sous quelles conditions, et qu'en est-il du cachet ? Qui est le responsable technique ? Qui est le responsable administratif ? Quelles sont leurs coordonnées ?</p>
Général	<p>Combien de gens prévoyons-nous voir dans la foule ? Où est la ruelle ? Par où devons-nous entrer ? À quelle heure devons-nous arriver ? À quelle heure le test de son ? À quelle heure le spectacle ? Combien de temps doit-il durer ?</p>

EN ANNEXE: vous trouverez le document PDF que nous envoyons à tous nos artistes pour leur donner ces informations.

CE QUE VOUS POURRIEZ VOULOIR SAVOIR.

<p>Personne contact</p>	<p>Nom de l'artiste Numéro de téléphone Adresse courriel Son rôle dans le projet ou groupe</p>
<p>Accommodements</p>	<p>Intolérances ou interdictions alimentaires Besoins ou requêtes spécifiques</p>
<p>Questions techniques</p>	<p>Nom de chaque musicien-ne ainsi que son/ses instruments Quels sont les besoins en termes d'équipement? Est-ce que l'artiste a son propre équipement ? Si l'artiste n'as pas tout l'équipement, quel est l'Input nécessaire (D.I., XLR, Jack, micro) Accessoires nécessaires (lutrin, stand de guitare, tabouret) Placement de scène, s'il y a lieu</p>
<p>Questions administratives</p>	<p>S'il y a lieu, tous les documents dont vous pourriez avoir besoin pour les payer: Spécimen de chèque Facture</p>
<p>Promotion</p>	<p>Nom officiel du projet (pour savoir quoi mettre sur l'affiche et comment bien l'épeler) Deux ou trois photos du groupe ou de l'artiste Un texte bref qui décrit leur projet Les liens vers leurs pages sur différentes plateformes et réseaux sociaux *Certains groupes ou artistes auront déjà un dossier de presse contenant toutes ces informations, qu'ils vous enverront très facilement.</p>

PROGRAMMATION

La programmation est une tâche de grande importance pour **le succès de vos spectacles**. En plus de trouver les artistes à goût de vos voisin-s et vous-même, vous devez penser au meilleur moment pour les spectacles.

COMMENT CHOISIR UNE DATE ?

Voici quelques conseils pour vous aider dans cette mission :

EN FONCTION DE VOS ARTISTES

La plupart des artistes commencent à réserver des spectacles dès **mois en avance**. Le plus tôt vous pouvez sélectionner une date avec l'artiste, le plus de chances de créer une programmation **à votre goût**.

EN FONCTION DE VOUS

Quels sont les jours dont vous avez l'habitude de voir vos voisin-es ? Quels sont les jours où vous et votre équipe êtes habituellement disponibles pour **préparer la ruelle** pour le spectacle ?



Programmez vos spectacles le toujours le même jour de la semaine. Par exemple, toujours un jeudi ou comme dans notre cas, toujours un samedi. Et programmez-les à la même fréquence! Que ce soit à chaque semaine ou à chaque quatre semaines, votre public va s'habituer plus facilement.

PENSEZ AUX VACANCES

Est-ce qu'une grande partie de votre voisinage part en vacances ? Vous n'êtes pas obligée d'avoir le calendrier de chaque voisin-e. Mais il peut être intéressant de rester à l'affût.

PENSEZ AUX JOURS FÉRIÉS

On vous conseille de ne pas programmer vos spectacles lors de « grosses fins de semaine » collées à un jour férié. Vos voisin-es ou vous-même risquent de partir en petit voyage.



Nous vous conseillons fortement de ne rien programmer lors de la semaine de la construction. Dans notre expérience, la plupart du public cible part de la ville cette semaine-là. Et cela peut être un bon moment de repos pour vous et votre équipe aussi.

UN PLAN B

Pensez toujours à une **date de reprise** en cas **de pluie** ou en cas **d'imprévu** et **communiquez-la à vos artistes** en fonction de leurs disponibilités. Cette date pourrait être le lendemain de votre date initiale ou la semaine d'après.

COMMENT CHOISIR UN HORAIRE?

Dans notre expérience, le soir a été le meilleur moment pour nos spectacles. Mais c'est à vous et pensez à votre **type de spectacle** et votre **type de public**. Est-ce que vous organisez un spectacle de cirque pour des enfants ? Faites attention de ne pas choisir l'heure de la sieste, par exemple.

Il est important aussi de penser au **montage** et **démontage**. Prévoyez un couple d'heures avant votre spectacle pour **préparer le lieu**. Et considérez aussi le moment du démontage. Combien de temps vous prendra de ramasser et laisser la ruelle comme elle était ?

Si vous avez réussi à trouver plusieurs artistes prêts à performer, vous pouvez organiser un spectacle en **deux parties**. Une première petite partie avec un artiste plus émergent-e ou débutant-e et une deuxième partie plus longue avec votre artiste principale.

On vous laisse un petit exemple d'horaire basé sur vos spectacles :

EXEMPLE D'HORAIRE

MONTAGE

14h	Préparer la ruelle (passer le balais, nettoyer, etc.) Installation de la tente Installation la bâche Installation des tableaux noirs (aux bouts de la ruelle pour inviter les gens)
15h	Accueil du technicien de son Accueil des artistes Tests de son Installation des chaises Pause

SPECTACLE

18h	Accueil du public
18h30	Début du premier spectacle
19h	Pause pour le public Changement d'artiste
19h15	Début du deuxième spectacle

DÉMONTAGE

21h	Fin du spectacle Rangement du matériel
23h	Temps d'aller se coucher !

LOGISTIQUE D'UN SHOW DE RUELLE

LE QUARTIER GÉNÉRAL

C'est très pratique d'avoir quelqu'un-e qui réside dans la ruelle, **près de l'endroit des shows** et qui est prêt à prêter son espace. Ça peut vous permettre de :

- Avoir des **espaces repos** « loges » pour les artistes et l'équipe (repas, toilettes).
- Avoir un espace de **rangement** pour le matériel, etc.

Cela peut être deux endroits différents.

LE LIEU DU SHOW

D'abord, il y a le choix de l'espace lui-même. Il y a plusieurs éléments à considérer :

INCLINAISON DE LA RUELLE

Mieux vaut que la scène soit en bas de la pente, afin que les spectateurs qui sont loin de la scène puissent **mieux voir**. Cependant, il faut aussi s'assurer que ce n'est pas un endroit qui accumule trop de boue et de grosses flaques d'eau après une semaine pluvieuse (sinon, arriver plus tôt pour pelleter, nettoyer et balayer l'espace).

LARGEUR DE LA RUELLE

Il faut qu'il y ait non seulement assez d'espace pour la scène, mais pour laisser un petit corridor où les gens pourront passer sans risquer de heurter les instruments.



Ruelle place au soleil, 2024

ÉLECTRICITÉ

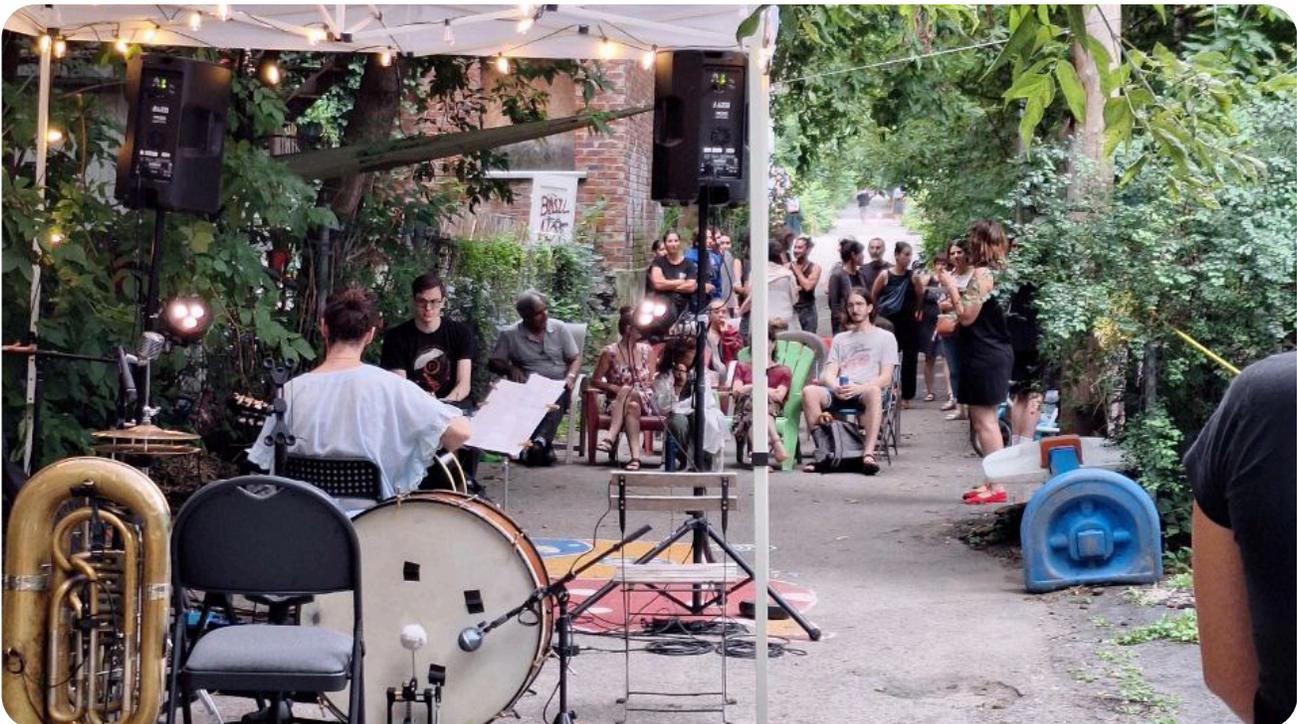
Quels sont les voisins qui fournissent l'électricité ? Il faut placer la scène près d'eux, afin de ne pas avoir besoin d'une rallonge de 100 mètres. Assurez-vous aussi que les rallonges sont sécurisées (on ne veut pas que le spectacle soit interrompu par un enfant qui trébuche dessus en jouant à la tag).

EMPLACEMENT

Si vous avez l'embaras du choix, mettez-vous près du voisin qui prête le plus de choses encombrantes (chaises, etc.) ou qui entrepose votre matériel technique.

STATIONNEMENT

Si votre espace de prédilection nécessite de bloquer le stationnement d'un voisin, assurez-vous de lui demander **la permission** et de le prévenir bien à l'avance afin qu'il sorte sa voiture et la stationne dans la rue !



Show de ruelle, 17 août 2024

MATÉRIEL TECHNIQUE SONORE

Nous avons parlé de l'importance du rôle de l'expert.e pour mener le projet à bien. Lorsqu'il s'agit du matériel technique, ce rôle devient particulièrement important si vos Shows de Ruelle deviennent plus grands et « professionnels ».

L'expérience est au cœur de la gestion et de l'utilisation du matériel sonore. Mais, heureusement, l'expérience, **ça s'acquiert !** Et à mesure que vous gagnez en savoir-faire, vos besoins se révéleront d'eux-mêmes: plus de câbles XLR, telle enceinte, tel micro, un kit d'éclairage... Vous pourrez tranquillement élargir votre arsenal en fonction de vos **priorités** et de votre budget!

Nous vous conseillons de commencer **simple** et **petit**. Essayez de trouver des artistes qui pourront venir avec le matériel nécessaire, des spectacles acoustiques ou des spectacles qui ne nécessitent pas de matériel technique sonore. **Il faut que ton matériel soit à la hauteur de ton expertise** (pas l'inverse).



L'HEURE
DU CONTE

Commencez petit ! Le reste viendra.

Aujourd'hui, à la Petite Marquette, nous en avons pour quelques milliers de dollars en matériel technique, mais lors de notre premier show de ruelle, notre budget totalisait un beau 0\$! Les artistes avaient amené un petit ampli par-ci, un micro de podcast par-là, une rallonge, une tabouret... Ce qu'il y avait à la maison. Et même là, c'était beaucoup !

L'important, c'est le contact entre l'artiste et le public: une flûte à bec, un flûtiste talentueux, un tapis et une lampe à pied pour créer l'atmosphère, un public de douze personnes... C'est déjà plus qu'assez pour concocter un moment magique !

On vous mettra tout de même une **liste à cocher**, à la fin de cette section de tout ce qui pourrait être utile pour un spectacle comme ceux de Petite Marquette. Vous n'êtes pas obligé de tout avoir, mais c'est un pense-bête utile !

PENSE-BÊTE MATÉRIEL TECHNIQUE SONORE

Inputs	<input type="checkbox"/> Microphones Valeurs sûres: <ul style="list-style-type: none">• Shure SM58 pour les voix• Shure SM57 pour les instruments• Shure Beta51 pour le kick-drum <input type="checkbox"/> Pieds (stands) de micros <input type="checkbox"/> D.I. Box
Technique sonore	<input type="checkbox"/> Console de son Nous avons opté pour le Mackie ProFX 16 <input type="checkbox"/> Câbles XLR en quantité plus que suffisante <input type="checkbox"/> Câbles Jack ¼ <input type="checkbox"/> Câble auxiliaire (adapté à votre console) <input type="checkbox"/> Table pliante et chaise pour le technicien de son
Outputs	<input type="checkbox"/> Enceintes (direction public) <input type="checkbox"/> Trépieds pour les enceintes <input type="checkbox"/> Moniteurs (direction artistes)



**L'HEURE
DU CONTE**

Dans notre ruelle, l'un des enfants qui nous a le plus impressionné s'appelle Balthazar. Il a douze ans, et ses yeux brillent dès qu'on parle des shows de ruelle. Il adore !

Si bien que notre technicien de son l'a formé à piloter une console d'éclairage: c'est devenu notre éclairagiste officiel !

Si vous jouez bien vos cartes, les shows de ruelle deviendront tôt ou tard un lieu d'échange de connaissances et de savoir-faire.

OÙ PEUT-ON SE PROCURER LE MATÉRIEL ?

Vous pouvez approcher les **organismes communautaires** ou culturels autour de vous! demandez-leur s'il est possible d'**emprunter** de l'équipement.

Et bien sûr, approchez des projets bénévoles comme le vôtre ! Ils pourraient être prêt-es à vous emprunter leur matériel.

Si vous parvenez à un point où vous avez **le budget** et **l'expertise** nécessaire, vous pouvez penser à en acheter. Cherchez les commerces locaux spécialisés en musique proche de vous. Ou vous pouvez même trouver du bon **matériel d'occasion**. Sinon, il y a bien sûr les grandes chaînes de magasin :

- [Archambault](#)
- [Nantel](#)
- [Long & McQuade](#)



**TRUC
DE PRO**

S.E. Concept, est un petit commerce familial qui se spécialise dans la sonorisation et l'éclairage, et il propose la vente, mais aussi la location de matériel professionnel à des prix raisonnables (et des conseils!). Ça vaut le coup d'y jeter un œil.



Show de ruelle, Petite Marquette, 2024



Show de ruelle, Petite Marquette, PPP 2024

MATÉRIEL NON SONORE

En plus du matériel de sonorisation, il y a d'autres aspects à considérer pour assembler votre espace scénique. Une liste plus exhaustive du matériel recommandé se trouvera dans le pense-bête, mais voici les principaux éléments auxquels penser.

AMÉNAGEMENT

Avez-vous des **chaises** pour le public ? Vous pouvez demander au voisinage d'en sortir pour partager! Avez-vous une **bâche ou canopée** ? On vous conseil d'en avoir pour protéger les instruments s'il annonce une très faible pluie.

ÉLECTRICITÉ

Les **rallonges et multiprises**, dans notre expérience, on n'en a jamais assez! Demandez à votre voisinage le plus possible !

Pensez à des **guirlandes ou lampes** pour offrir un joli éclairage pour mettre de l'ambiance quand le soleil se couche. Et n'oubliez pas les piles de rechange pour les lumières (AA, AAA et 9V).

LOGISTIQUE

Avez-vous un **chariot pour déplacer le matériel** avant et après le spectacle ? Avez-vous une ou plusieurs **lampes frontales** pour faciliter le démontage dans le noir lorsqu'on éteindra l'éclairage ? Avez-vous une **trousse de premiers soins** ?

VISUEL

Avez-vous des **tableaux** noirs ou tout autre moyen d'affichage à placer aux deux bouts de la ruelle pour inviter les passants?



Si vous voulez utiliser des bâches ou des toiles contre les intempéries, prenez le temps d'apprendre le noeud tendeur « Trucker's Hitch ». Extrêmement pratique, et pas seulement pour les spectacles! Vous impressionnez aussi vos camarades de camping !

PENSE-BÊTE MATÉRIEL

Éclairage	<input type="checkbox"/> Système d'éclairage au goût de votre ruelle Nous avons opté pour: <ul style="list-style-type: none">• Projecteurs HEX3 (avec clops)• Console Chauvet Obey• Guirlandes d'ampoules• Lampes sur pied Mais tout est possible! Même des bougies !
Électricité	<input type="checkbox"/> 1 ou 2 rallonges d'au moins 50 mètres (pour se brancher chez les voisins) <input type="checkbox"/> Multiprises en quantité plus que suffisante <input type="checkbox"/> Rallonges courtes
Logistique et aménagement	<input type="checkbox"/> Chaises <input type="checkbox"/> Caisses de lait (pour entreposer ou pour s'asseoir) <input type="checkbox"/> Chapiteau/canopée ou bâches et cordes <input type="checkbox"/> Chariot utilitaire <input type="checkbox"/> Table pliante
Pratico-pratique	<input type="checkbox"/> Lampes frontales <input type="checkbox"/> Tableaux noirs ou kit d'affichage <input type="checkbox"/> Masking tape <input type="checkbox"/> Tape électrique <input type="checkbox"/> Duct tape <input type="checkbox"/> Stylo feutre et sharpie <input type="checkbox"/> Trousse de premiers soins

LOIS ET PERMIS

Bien sûr lorsque nous organisons des spectacles, il y a quelques règles à considérer. **Est-ce que nous avons besoin d'un permis pour réaliser un show de ruelle ?** Dans l'arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie, un permis d'événement est nécessaire pour organiser un show de ruelle, puisque c'est considéré comme un **événement public**. Mais nous vous conseillons de consulter les différentes réglementations de votre quartier.

Dans l'arrondissement Rosemont–La Petite-Patrie, le délai pour un permis d'événement est de **90 jours**. Et les demandes déposées 59 jours et moins avant l'événement ne sont pas admissibles.

QUI PEUT ORGANISER UN ÉVÉNEMENT PUBLIC ?

- Les organismes légalement constitués (personne morale) à but non lucratif (OBNL)
- Une personne élue d'un parti politique municipal, provincial ou fédéral
- Une personne qui agit comme commissaire scolaire
- Un organisme ou une institution gouvernementale
- Une coopérative ou un organisme à but lucratif, sauf les entreprises individuelles



Nous vous conseillons d'approcher des organismes communautaires ou du milieu culturel. Demandez-les de vous soutenir avec les demandes de permis et d'assurer votre événement.

Voici le courriel dont pouvez contacter directement l'arrondissement info.evenementsrpp@montreal.ca

SÉCURITÉ

Si vous trouvez un organisme qui puisse soutenir votre événement, pensez à leur demander d'aviser le Service d'Incendie de Montréal, afin d'assurer la sécurité. Cela est **obligatoire** une fois votre permis d'événement a été approuvé par l'arrondissement.



Vous pouvez mettre de la signalétique informant les voitures du spectacle en cours. Vous pouvez également mettre des cônes oranges si vous en avez ou des bacs à fleurs afin de ralentir la circulation et garantir la sécurité.

PERMIS D'ALCOOL

Avec un permis d'événement approuvé, vous pouvez vous procurer un **permis de réunion** avec la Régie des alcools, des courses et des jeux, qui vous permet la consommation d'alcool dans votre événement.



Quand la Petite Marquette a commencé les shows de ruelle pendant la pandémie COVID-19, nous ne comptions pas avec un organisme qui pouvait émettre un permis d'événement pour nous ou nous fournir des assurances. Lorsque le programme Projets participatifs citoyens est commencé, nous avons pu avoir de l'accompagnement du Centre d'écologie urbaine et ensuite de Solon, qui ont pu faire ces démarches pour nous.

QUAND VIENT LA POLICE ?

Si vous ne possédez pas un permis d'événement pour votre show de ruelle, la police peut vous demander d'arrêter vos activités.

Cela peut arriver par exemple, si votre amplificateur sonore est **très bruyant** ou si la police reçoit des **plaintes** concernant votre événement.

BUDGET

TROUVER FINANCEMENT

Comme nous l'avons fait au début de ce guide, nous vous conseillons de **commencer petit!** Avant de penser à aller chercher du financement petit ou grand, posez-vous la question: **Sur quoi nous comptons déjà?** Est-ce que j'ai besoin d'acheter une rallonge ou un-e voisin-e en aurait déjà?

Une fois que vous avez cherché toutes les ressources existant déjà dans votre réseau, approchez les approchez **les commerces** pour des commandites.

L'idéal sera de trouver un **programme** ou **organisme** prêt à vous fournir un budget afin que vos projets prennent vie. Dans notre cas, nous avons la chance de faire partie du programme Projets participatifs citoyens de l'arrondissement Rosemont–La Petite-Patrie jusqu'en mars 2025. Cependant, ce type de financement existe de façon ponctuelle.



**BROCHE
À FOIN**

Restez à l'affût des programmes offerts par votre arrondissement. Vous pouvez également approcher des organismes communautaires ou culturels proches de vous. Ou même les sociétés de développement commercial Informez-vous sur les programmes ou bourses pour des projets citoyens ?



Show de ruelle, Petite Marquette, 2024, PPP

GESTION BUDGÉTAIRE

Que vous ayez un petit budget ou un grand, il sera important de suivre de près l'argent que vous dépensez. Dans un premier temps, établissez les différentes **catégories de dépenses**. Dans notre cas, nous avons :

- L'achat de matériel
- Le cachet des artistes
- Les frais d'impression
- Les frais de repas
- Imprévus

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
année										
	prévu au budget	dépensé	restant		prévu au budget par spectacle (budget total/5)	date #1	date #2	date #3	date #4	date #4
Achat de matériel										
Cachet										
Impression										
Repas et boissons										
Budget contingences/imprévus										
TOTAL	\$0,00	\$0,00	\$0,00		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Les premières trois colonnes du tableau permettent de suivre le **budget total** en ayant une colonne indiquant le budget prévu pour chacune des catégories, une **colonne indiquant ce qui a été dépensé à ce jour** (un total des lignes de la portion de droite du tableau) et une **colonne indiquant ce qui reste** (ce qui est prévu - ce qui a été dépensé).

La portion de droite du tableau permet de suivre dans un niveau un peu plus détaillé **les dépenses par spectacle**. Afin de s'assurer de ne pas dépasser le budget prévu, **nous divisons le budget total par le nombre de shows prévus**. Il est donc possible de savoir exactement combien il est possible de dépenser à chaque show en **respectant le budget**. Il vous faudra donc avoir une personne responsable qui s'assurera que **les dépenses sont bien entrées** dans le tableau et qui supervisera le budget afin d'**éviter les dépassements**.

COMMUNICATION AVEC LE PUBLIC

Maintenant que vous en savez plus sur la planification et l'organisation des shows, penchons nous sur l'aspect **promotionnel**. Bien que les shows puissent s'adresser principalement aux gens de la ruelle, surtout au début, il peut être intéressant de **répandre l'invitation à l'extérieur de la ruelle** afin que plus de gens puissent en profiter.

VOTRE IDENTITÉ

La première étape sera de déterminer les éléments relatifs à votre marque : nom, logo, éléments graphiques, tonalité, etc. Tous ces éléments vous permettront de définir votre **identité**, votre **ADN**, et aideront le public à **vous reconnaître**.

Pour ce qui est de votre nom, l'inspiration peut venir de plusieurs sources :

- ➔ D'éléments **géographiques** (ex : nom de votre ruelle, quartier, des rues avoisinantes ou autres points de repères symboliques),
- ➔ De **votre public** (ex : si les shows s'adressent particulièrement aux familles/enfants) ou de votre programmation (ex : si vous visez un style spécifique).

CONSIDÉREZ L'INCLUSIVITÉ

Choisissez un nom facile à retenir. Il est important de considérer votre public. Par exemple, si vous êtes dans un **quartier multiculturel**, il peut être intéressant d'avoir un nom qui se prononce bien dans d'autres langues. Le même principe s'applique si vous visez spécifiquement les familles ayant des jeunes enfants : il peut être pertinent de trouver un **nom facile à prononcer** pour ceux-ci.

En résumé, gardez en tête que la facilité qu'aura votre public à se souvenir de votre nom sera un **grand avantage**.

LOGO & OUTILS D'IDENTITÉ VISUELLE

Une fois votre nom choisi, il faut maintenant penser à son **aspect visuel**. Afin de signer vos communications de **façon reconnaissable**, il vous faudra un logo. Il peut simplement contenir le nom de votre projet ou peut être accompagné d'un symbole. Encore une fois, **le tout devrait être connecté avec qui vous êtes**, ce que vous proposez et à qui vous le proposez.

Si vous avez un-e graphiste dans vos contacts, c'est aussi une idée à travailler avec lui ou elle.



Le logo, ainsi que vos autres outils visuels, peuvent être fait de façon autonome dans [Canva](#), un outil en ligne gratuit et très intuitif pour les non-graphistes.

Créez une petite **boîte à outils** (charte graphique) incluant différents éléments visuels de votre marque :

- ➔ **Typographies:** (1 et 3 polices devraient être suffisantes.) Assurez vous de choisir des polices lisibles facilement
- ➔ **Palette des couleurs:** Vous pouvez facilement choisir 2 ou 3 couleurs principales et ensuite jouer autour d'elles dans vos différentes communications. Assurez-vous d'avoir des couleurs avec un contraste efficace. L'important est d'être identifiable.



Consultez [colors.co](#) pour trouver des belles palettes des couleurs ou pour valider l'efficacité du contraste de vos couleurs.

Prenez aussi le temps de vous questionner sur la **tonalité** que vous voulez employer : Voulez-vous opter pour un ton plutôt sérieux, familial, humoristique, sensible, neutre ? **À qui vous adressez-vous ?** Quelle est la mission du projet ? Toutes ces réponses vous orienteront sur la façon dont vous vous exprimerez dans vos communications. Le but est simplement d'être **constant dans la tonalité utilisée**.

DIFFUSION

Maintenant que votre projet a pris forme, il faut l'annoncer à votre futur public ! Il est important de diffuser chaque spectacle individuellement, mais il est aussi intéressant d'avoir une place dont on peut trouver **toute votre programmation**.

N'oubliez pas que votre public cible est d'abord votre voisinage ! Assurez-vous de communiquer à toutes les personnes de votre ruelle les dates et horaires des spectacles **bien à l'avance**.

Il existe **plusieurs méthodes**, outils et canaux afin de **rejoindre votre public** et faire connaître vos spectacles. À vous de choisir ce qui vous convient et ce qui est réaliste en fonction de **vos compétences** et de **vos temps**.

AFFICHAGE

Dans notre cas, le premier volet promotionnel que nous avons utilisé est **l'affichage**. Tout d'abord nous faisons imprimer des affiches que nous posons **dans le quartier** afin de faire connaître l'événement. Plusieurs éléments doivent absolument se retrouver :

- Le nom de votre projet
- La date
- L'heure et le lieu de l'événement
- Nom et description des artistes
- Photo des artistes
- Autre information pertinente (la thématique de la soirée, etc.)
- Les logos de vos partenaires ou commanditaires si applicable.
- Un code QR reliant à vos réseaux sociaux (dont on peut avoir accès à votre programmation)

N'oubliez pas de faire valider votre support visuel à **vos partenaires** ou financeur si vous en avez.



Créez votre affiche partir d'un gabarit qui sera modifié tout au long de l'année. . En plus de vous faire sauver du temps, c'est que le public pourra facilement reconnaître vos affiches au fil du temps.



Procurez-vous d'une roulette de papier collant (ça vaut la peine d'acheter un bon distributeur pour faciliter le processus, ça fait une GROSSE différence !) et d'une brocheuse à main

La distribution et pose des affiches peut se faire environ **2 semaines avant la date du show**. Pour avoir le plus d'impact possible, visez des endroits très fréquentés :

- Assurez-vous de poser les affiches près du lieu du show
- Les rues ou ruelles avoisinantes.
- Près des arrêts d'autobus ou stations de métro, des commerces, des parcs, des écoles, des garderies, etc.
- Si vous visez un public spécifique, visez des endroits qu'ils fréquentent.



Afin d'être particulièrement visible le jour de l'événement, nous avons acheté deux tableaux noirs que nous installons aux extrémités de la ruelle pour inviter les passant-es à se joindre à nous. Au recto, on les invite à nous rejoindre pour un show de ruelle gratuit et on mentionne l'heure. Et au verso, on les remercie de leur participation, on leur indique la date du prochain show et on note notre page Facebook.

Voici quelques options pour imprimer des affiches :

- Imprimeur.coop
- Dgital MC Photo Lab

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont un excellent moyen de rejoindre les gens du quartier, en plus de vous permettre d'avoir une certaine **visibilité** et **crédibilité** auprès des artistes que vous approcherez.

Tout d'abord, il vous faudra vous créer des pages sur les différents réseaux sociaux que vous voulez utiliser. Assurez-vous d'utiliser une photo de profil qui permet de **bien vous identifier** (probablement votre logo) et une photo de couverture qui représente bien la personnalité de votre projet. Ajoutez aussi une **description de votre projet**, le **lieu de vos shows**, la façon de vous joindre, etc.



L'HEURE
DU CONTE

Dans notre cas, nous avons choisi d'être uniquement sur Facebook. Gardez en tête que vos différents réseaux ont besoin d'être alimentés de façon régulière, donc plus de réseaux = plus de travail. À vous de voir les compétences que vous avez et le temps dont vous disposez afin d'entretenir vos réseaux.

Les événements Facebook

Il est intéressant de créer des **événements Facebook** pour vos différents shows. De cette façon, vos abonné-es peuvent avoir accès facilement à votre programmation ainsi qu'aux informations logistiques (lieu, horaire, etc.). Les événements publics sont visibles de tous, ce qui peut aussi permettre de **rejoindre des gens à l'extérieur de vos abonné-es**.

Si vous avez des partenaires, n'hésitez pas à les ajouter dans les co-organisateurs de votre événement. L'événement devrait idéalement être créé **un mois avant la date du show**.

Alimenter les réseaux sociaux

Pour ce qui est du contenu à publier sur votre page, la clé est **la constance**. Dans un monde idéal, vous publiez régulièrement du **contenu varié**. Voici quelques idées de contenus qui pourraient intéresser vos abonné-es :

- Un **calendrier** des dates de shows,
- Les **événements Facebook** spécifiques lorsque les dates approchent,
- De l'information sur les différents artist-es de votre **programmation**
- Des **photos** et des **vidéos** des shows passés
- De l'information sur **votre projet** et vos **co-organisateur-s**, etc.

Essayer d'être particulièrement actif-ves dans **les semaines précédant vos événements** afin de rejoindre le plus de monde possible et de rester présent dans l'esprit de vos abonné-es.



Lorsque vous le pouvez, n'hésitez pas à identifier les personnes impliquées (artistes, partenaires, etc)

Le **contenu vidéo** est aussi très apprécié sur les réseaux sociaux. Créez des Stories ou des Reels pour piquer la curiosité de vos abonné-es !

Prenez soin de rester dans la **grille graphique** développée pour vos affiches et utilisez la pour vous créer une photo de couverture avec les **informations de votre prochain show**, pour votre bannière d'événement Facebook et pour vos différentes publications.

Essayez aussi d'**interagir** le plus possible avec vos abonné-es : répondez rapidement à leur messages et à leurs commentaires, etc. Éventuellement, vous développerez une **communauté solide** et vos abonné-es deviendront vos **meilleurs ambassadeur-rices** !



Les réseaux sociaux vous permettent aussi de créer des publicités. Vous pouvez donc mettre de l'argent pour pousser vos publications à des publics spécifiques.

INFOS GÉNÉRALES POUR LES ARTISTES



Shows de ruelle

CALENDRIER 2024

DATE*	1ère Partie	Entracte	2e partie
25 mai	Leila Rouleau		Aboulay Koné & cie
15 juin	Marcia		Orchestre Chaabi
6 juillet	Lasso & cie	Cirque (caravane à pied)	Aboubacar & cie
17 août	Lucas Melo & cie	Cours de swing	Swing



*IMPORTANT: en cas d'orage, le spectacle est remis au samedi suivant, si vous êtes disponibles (merci de m'informer si cette date est déjà prise)

HORAIRE ET LIEU

16:00	Arrivée et installation
17:00	Soundcheck + souper
18:30	1ere partie ✨
19:00	Entracte
19:20	2e partie ✨
21:00	Couvre-feu

Dans la ruelle qui correspond aux environs du 6300 de Normanville.



Dans la ruelle, on aime prendre notre temps ;) Si vous n'êtes pas en mesure d'arriver pour 16h, merci de nous en faire part pour qu'on adapte l'horaire.

SUR PLACE



Les artistes pourront entrer dans la ruelle avec leur auto pour décharger le matériel, mais devront ensuite aller la stationner dans les rues avoisinantes.

Vous aurez accès à une maison pour déposer vos affaires, vous reposer, manger, accéder aux toilettes, etc. On vous offre le souper!



ASPECT TECHNIQUE

On ne fournit que le "PA system"

Sur scène, vous aurez accès à:

2 moniteurs
4 micros style sm58
2 micros sm57
1 micro pour kick drum
2 D.I. box

Si cela vous paraît insuffisant, merci de me contacter pour qu'on s'adapte à vos besoins.



AVEZ-VOUS UN DRUM?

Contactez-moi. Si plusieurs drummers dans la même soirée, il faut qu'on organise le partage d'un des drum (chaque batteur apportera ses breakables).

À noter qu'on joue directement sur l'asphalte de la ruelle. Amenez votre tapis de drum.

PAIEMENT

Après la prestation, vous pourrez facturer **Solon, 6450 Ave Christophe-Colomb, Montreal, QC H2S 2G7** pour recevoir votre cachet.

Envoyer la facture par courriel
Contact de la personne en charge des paiements

POUR TOUTE QUESTION:

Contact de la personne en charge d'accueillir les artistes

PROJET ACCOMPAGNÉ PAR



En partenariat avec

