



# Les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone

**Rapport d'étude**

**Par Joëlle Bissonnette,**  
pour et avec la collaboration de la Fondation Musicaction,  
grâce à l'appui du Gouvernement du Canada

 **musicaction**

**Canada** 

# Table des matières

<b>1. Introduction</b> .....	5
Remerciements.....	7
Note sur l'autrice et chercheuse responsable de l'étude.....	7
<b>2. Méthodologie</b> .....	8
2.1 — Étape 1 : la recension des écrits.....	8
2.2 — Étape 2 : les entretiens individuels semi-dirigés exploratoires.....	8
2.3 — Étape 3 : le questionnaire.....	9
2.4 — Étape 4 : les groupes de discussion.....	12
<b>3. Thématiques abordées sur la base de la recension des écrits</b> .....	13
3.1 — La représentation de la musique des femmes dans les médias et les festivals.....	13
3.2 — La représentation des femmes aux postes de programmation et de direction artistique.....	14
3.3 — La division sexuelle du travail.....	14
3.3.1 — La division sexuelle du travail dans les professions artistiques et techniques.....	14
3.3.2 — La difficile acquisition de l'expérience dans les professions techniques.....	15
3.3.3 — La division sexuelle du travail dans les professions administratives.....	15
3.3.4 — L'entrepreneuriat.....	17
3.4 — Les conditions socioéconomiques dans lesquelles évoluent les femmes.....	17
3.5 — La présence de modèles et la satisfaction quant à l'avancement de la carrière.....	18
3.6 — Le sentiment de confort dans la culture et les réseaux de l'industrie.....	19
3.7 — Le harcèlement.....	20
3.8 — La maternité.....	20
3.8.1 — La conciliation travail-famille.....	21
3.8.2 — Le potentiel de devenir mère.....	22
3.9 — La durabilité des carrières et la santé des femmes.....	22
3.10 — Des facteurs positifs et des pistes de solution.....	23
<b>4. Résultats : portrait des femmes en musique et des défis qu'elles rencontrent</b> ... 24	
<i>Guide de lecture des résultats</i> .....	24
4.1 — État de la situation.....	25
4.1.1 — Les conditions socioéconomiques des femmes.....	25
4.1.2 — Exercer du leadership.....	37
4.1.3 — Entreprendre.....	40
4.1.4 — Diriger.....	50
4.2 — Des opportunités qui semblent inaccessibles.....	53
4.2.1 — Les tâches et responsabilités techniques.....	54
4.2.2 — L'accès aux postes de direction.....	58
4.2.3 — La participation à des programmations musicales.....	61
4.2.4 — La participation à des conseils d'administration.....	65

4.3 — Des défis transversaux .....	70
4.3.1 — La décision de devenir mère .....	70
4.3.2 — La maternité et la conciliation travail-famille .....	79
4.3.3 — Se sentir à l’aise et se créer un réseau .....	86
4.3.4 — Vieillir dans le secteur musical canadien francophone .....	90
4.3.5 — La durabilité des carrières et la santé des femmes.....	92
<b>5. Résultats : pistes de solution pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive .....</b>	<b>105</b>
5.1 — Formation et développement des compétences .....	114
5.1.1 — Former sur mesure et accompagner .....	114
5.1.2 — Former aux tâches techniques.....	116
5.2 — Incitatifs à l’inclusion des femmes et à la prise en compte des défis qu’elles rencontrent .....	119
5.2.1 — Sensibiliser à la culture du sexisme et aux biais inconscients .....	119
5.2.2 — Inciter les femmes à intégrer des postes de prise de décision.....	122
5.2.3 — Soutenir et accélérer l’atteinte de l’équilibre.....	124
5.2.4 — Soutenir la conciliation travail-vie personnelle .....	127
5.3 — Réseautage, entraide et socialisation .....	130
5.3.1 — Diversifier les opportunités de réseautage .....	131
5.3.2 — Cartographier les femmes dans tous les métiers de l’industrie musicale canadienne francophone.....	133
5.4 — Reconnaissance et valorisation .....	135
5.4.1 — Mettre en valeur les femmes et reconnaître leurs façons de faire .....	135
<b>6. Conclusion .....</b>	<b>138</b>
6.1 — Limites de la recherche.....	138
<b>Références .....</b>	<b>141</b>
<b>Annexe 1 : méthodologie détaillée.....</b>	<b>146</b>

Mars 2022

**Pour citer ce rapport :** Bissonnette, Joëlle (2022). Les femmes dans l’industrie musicale canadienne francophone. Rapport d’étude réalisé pour et avec la collaboration de la Fondation Musicaction, grâce à l’appui du Gouvernement du Canada. Disponible sur le site [www.musicaction.ca](http://www.musicaction.ca)

**Pour des questions sur cette étude :** [info@musicaction.ca](mailto:info@musicaction.ca)

© Joëlle Bissonnette et Fondation Musicaction, 2022

# Table des figures

Figure 1 — Profil des répondantes au questionnaire .....	10
Figure 2 — Principaux statuts professionnels des répondantes au questionnaire .....	11
Figure 3 — Proportion du temps de travail consacré aux activités dans l'industrie musicale canadienne .....	25
Figure 4 — Proportion des revenus de travail tirés des activités dans l'industrie musicale canadienne .....	26
Figure 5 — Ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone .....	28
Figure 6 — Proportion de répondantes qui exercent dans un autre ou d'autres secteurs que la musique .....	29
Figure 7 — Raison principale d'exercer des activités dans un autre ou d'autres secteurs .....	30
Figure 8 — Niveau de scolarité des répondantes .....	32
Figure 9 — Satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière .....	34
Figure 10 — Motivations à lancer une entreprise .....	42
Figure 11 — Barrières à l'entrepreneuriat .....	49
Figure 12 — Barrières les plus importantes rencontrées dans l'avancement de la carrière .....	53
Figure 13 — Réalisation de tâches techniques .....	54
Figure 14 — Sentiment de se sentir jugée plus sévèrement en raison de son genre .....	63
Figure 15 — Sentiment de devoir se prouver davantage en raison de son genre .....	64
Figure 16 — Répondantes siégeant ou ayant déjà siégé à un CA .....	65
Figure 17 — Raisons principales de ne pas avoir siégé à un CA .....	68
Figure 18 — Influence de la carrière sur la décision de devenir mère .....	71
Figure 19 — Nature de l'influence de la carrière sur la décision de devenir mère .....	72
Figure 20 — Facteurs influençant la décision de devenir mère .....	76
Figure 21 — Fréquence des difficultés liées à la conciliation travail-famille .....	81
Figure 22 — Nature des difficultés liées à la conciliation travail-famille .....	82
Figure 23 — Fréquence de renoncement à un poste ou à une opportunité de travail en lien avec la conciliation travail-famille .....	84
Figure 24 — Raisons de renoncement à un poste ou à une opportunité de travail en lien avec la conciliation travail-famille .....	85
Figure 25 — Répondantes ayant déjà songé à abandonner leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone .....	93
Figure 26 — Principales raisons ayant fait songer à abandonner la carrière .....	94
Figure 27 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement psychologique .....	99
Figure 28 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement sexuel .....	100
Figure 29 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement discriminatoire .....	101
Figure 30 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement criminel .....	102
Figure 31 — Recommandations pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive .....	106
Figure 32 — Facteurs ayant le plus positivement influencé l'avancement de la carrière .....	107
Figure 33 — Tableau synthèse des pistes de solution ayant émergé de cette étude .....	108
Figure 34 — Calcul de la marge d'erreur selon la proportion estimée .....	156

# 1. Introduction

En 2019, la Fondation Musicaction, dont le mandat premier consiste à soutenir le développement de la musique vocale francophone canadienne, a mis en place une mesure exploratoire visant à mieux accompagner les femmes artistes interprètes, mères d'un jeune enfant, dans le développement de leur carrière. Dans le but de tenir compte des réalités de la clientèle de la Fondation, cette mesure rendait admissibles les dépenses relatives à un accompagnateur ou une accompagnatrice entièrement dédiée aux soins d'un enfant de 0 à 2 ans lors d'un déplacement à l'international pour ces artistes mères. Ce projet pilote, qui visait à mieux mesurer les besoins à cet égard, a été intégré l'année suivante de manière permanente dans les programmes et a été élargi à tous les artistes parents (mères et pères) d'enfants de 0 à 6 ans, pour les déplacements tant nationaux qu'internationaux.

Parallèlement à la mise en place de cette mesure, le ministère du Patrimoine canadien a octroyé des fonds à la Fondation Musicaction afin de renforcer la capacité du *Fonds de la musique du Canada* à étudier les défis auxquels pourraient faire face des artistes et entrepreneurs de différents genres et groupes ethniques. La place des femmes en musique étant un sujet d'intérêt marqué pour la Fondation, la présente étude s'inscrit dans cette ouverture à explorer de nouvelles avenues pour mieux accompagner les femmes de toutes professions de l'industrie musicale canadienne francophone dans le développement de leur carrière. Elle a été commandée en mars 2020 à la chercheuse universitaire Joëlle Bissonnette, qui la réalise pour et avec la collaboration de la Fondation Musicaction, grâce au soutien du Gouvernement du Canada. Elle a pour objectifs de :

1. Relever les défis particuliers que rencontrent les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone (au Québec et dans les communautés francophones en situation minoritaire du Canada<sup>1</sup>);
2. Faire émerger des pistes de solution qui favoriseraient leur inclusion et leur épanouissement professionnel dans ce secteur culturel.

L'étude que nous avons réalisée pour répondre à ces objectifs a permis de réunir plus de 600 témoignages<sup>2</sup>. En réponse au premier objectif, les défis que ces témoignages nous ont permis de relever sont relatés dans la partie 4 de ce rapport. Quant aux pistes de solution relevant du second objectif, elles font l'objet de la partie 5. Il est à noter que ces pistes découlent principalement des recommandations formulées par les personnes ayant participé à cette étude. Elles sont susceptibles d'inspirer tant la Fondation Musicaction que les autres parties prenantes du secteur musical canadien francophone, selon leur champ d'action.

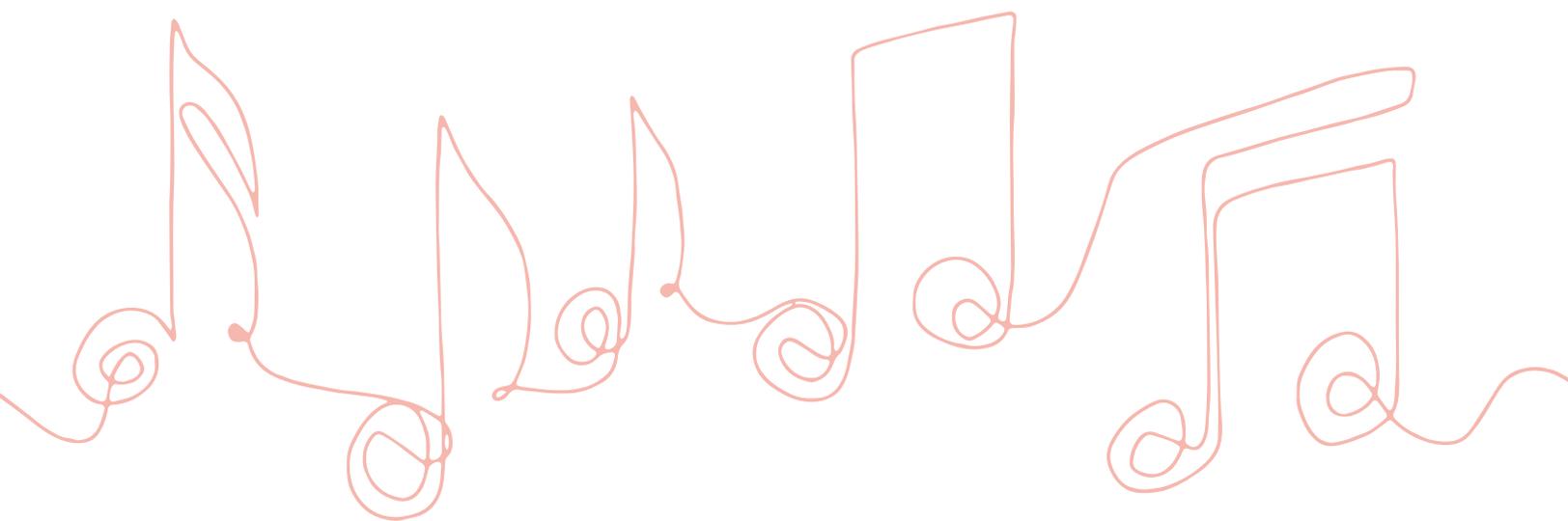
Nous avons initialement conçu cette étude pour qu'elle s'adresse aux femmes œuvrant professionnellement dans le secteur musical canadien francophone. L'invitation à y participer pouvait ainsi inclure toutes les personnes qui s'auto-identifient au genre féminin<sup>3</sup>, quel que soit le sexe attribué à la naissance. La catégorie « femme » jouit d'une reconnaissance sociale, politique et légale généralisée. Dans le contexte de cette étude, elle fait référence à des réalités économiques, sociales et culturelles que vivent plusieurs d'entre elles. Cependant, la prise en compte de cette catégorie ne présuppose pas l'uniformité des vécus des femmes. Nous mettons plutôt en évidence la diversité de leurs expériences en lien avec certains facteurs personnels et contextuels. Nous ne considérons donc pas les femmes comme une catégorie homogène et unifiée et ne prétendons pas parler au nom de toutes.

1. Dans cette étude, nous désignons les communautés francophones en situation minoritaire de l'Ontario, des provinces de l'Atlantique, des provinces de l'Ouest du Canada et des territoires fédéraux par les expressions « communautés francophones en situation minoritaire » et « francophonie canadienne ».

2. Cette étude fait l'objet d'une certification éthique du *Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains* (CIERH) de l'Université du Québec à Montréal (voir précisions en **annexe 1**).

3. Le genre fait référence à une « sensation intérieure et profonde d'être homme ou femme, d'être homme et femme, ni l'un ni l'autre, ou encore de se situer quelque part le long du spectre du genre » (Gouvernement du Canada, s.d.). Le genre se distingue ainsi du sexe tel qu'attribué à la naissance.

De plus, parmi les personnes ayant accepté l'invitation à participer à cette étude, certaines s'identifient comme non-binaires<sup>4</sup> ou en questionnement<sup>5</sup>. Leurs réponses et témoignages sont intégrés à ce rapport, dans la mesure où ces personnes rencontrent des défis similaires à certaines femmes ayant participé à l'étude et adhèrent à certaines pistes de solution qui y répondent. Lorsque des tendances qui leur sont propres ressortent de façon évidente, nous les mettons en valeur. Cependant, nous ne prétendons pas que les résultats de cette étude reflètent avec précision leur vécu et leurs besoins, qui se distinguent à certains égards de ceux des femmes, et nous laissons à d'autres recherches le soin de s'y pencher de manière plus approfondie.



4. Se dit d'une personne dont l'identité de genre se situe en dehors du modèle de genre binaire homme ou femme (Gouvernement du Canada, s.d.).

5. Se dit d'une personne qui s'interroge quant à son identité de genre ou à son orientation sexuelle (Gouvernement du Canada, s.d.).

## Remerciements

La Fondation Musicaction et l'équipe de recherche tiennent à remercier :

---

Le ministère du Patrimoine canadien pour l'octroi de fonds qui ont permis la réalisation de cette étude.

---

Toutes les participantes et tous les participants de l'industrie musicale canadienne francophone qui ont pris de leur précieux temps pour répondre à nos questions aux différentes étapes de l'étude.

---

Les organismes de l'industrie musicale canadienne francophone qui ont participé à la diffusion de l'invitation à répondre au questionnaire.

---

L'auxiliaire de recherche Myriam Saucier, étudiante à la maîtrise à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, pour sa participation à la transcription et au codage des données textuelles ainsi qu'à la révision du rapport.

---

La firme SOM pour la révision, la programmation, l'hébergement et l'administration du questionnaire, ainsi que le traitement des données du questionnaire et l'illustration des réponses au questionnaire.

---

4 pieds 11 et Marilou Levasseur pour le graphisme.

---

## Note sur l'autrice et chercheuse responsable de l'étude

Joëlle Bissonnette est professeure au Département de management de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (ESG UQAM). Elle détient un doctorat en administration (management, stratégie et entrepreneuriat) de HEC Montréal et d'autres études universitaires en management, littérature et communication. Ses expériences professionnelles comme gestionnaire et comme chercheuse dans l'industrie musicale l'ont conduite à s'intéresser dans ses recherches à la gestion et à l'entrepreneuriat dans les industries culturelles, notamment dans les minorités linguistiques, dans les petites sociétés et chez les femmes. Ses travaux sont entre autres diffusés dans le *Journal of Business Ethics*, la *Revue internationale PME* et *Artivate : A journal of entrepreneurship in the arts* de même qu'auprès d'instances gouvernementales.

**ESG UQAM**



## 2. Méthodologie

La présente étude adopte une approche interprétative, c'est-à-dire qu'elle vise l'approfondissement de la compréhension d'un phénomène du point de vue des personnes qui le vivent. Elle approfondit ainsi la perspective des répondantes, essentiellement des femmes et quelques personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre, quant à leur expérience d'œuvrer professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone. Elle approfondit cette perspective sans la comparer à celle des hommes ni à celle des femmes œuvrant dans d'autres secteurs culturels. L'étude n'a pas de visée de représentativité de la population ciblée, mais a plutôt pour objectif de brosser un portrait de cette population sur la base des personnes qui ont accepté d'y participer. Pour y arriver, elle se décline en quatre étapes qui allient les méthodes quantitatives<sup>6</sup> favorisant l'étendue des résultats aux méthodes qualitatives<sup>7</sup> donnant accès à une plus grande profondeur. Cette approche en quatre étapes permet d'offrir des nuances, des explications et des illustrations approfondies aux différentes dimensions du portrait brossé. Elle permet aussi de mettre en évidence la pluralité des vécus des femmes, en lien avec les facteurs personnels et contextuels qui modulent l'expérience des défis abordés en fonction du genre.

En **Annexe 1**, une version détaillée de la méthodologie donne la justification et expose le déroulement de ces étapes ici succinctement présentées.

### 2.1 — Étape 1 : la recension des écrits

L'étude a débuté par la recension d'articles scientifiques et de rapports de recherche, ainsi que par une veille d'articles de presse sur la place des femmes dans le secteur musical et dans d'autres secteurs culturels, au Canada et ailleurs dans le monde. Cette recension se limite aux écrits parus avant l'été 2020 et qui ont servi à délimiter les thèmes à aborder auprès de la population ciblée par cette étude. Cette recension a mené à l'identification de six grandes catégories de défis que rencontrent les femmes dans les secteurs culturels, de leurs explications, de leurs conséquences, ainsi que de variables les influençant. Elle a aussi permis d'identifier un premier ensemble de pistes de solution pour répondre à ces défis.

### 2.2 — Étape 2 : les entretiens individuels semi-dirigés exploratoires

Les six catégories de défis soulevés dans la recension des écrits ont donné lieu à huit entretiens semi-dirigés exploratoires au cours de l'été et de l'automne 2020. Les personnes interrogées disposent, en vertu de leur poste et de leur expérience dans le secteur musical canadien francophone, d'une perspective large sur les femmes œuvrant professionnellement dans ce secteur, soit parce qu'elles côtoient régulièrement certains groupes de ces femmes, soit parce qu'elles leur apportent du soutien et des services. Ces entretiens visaient à évaluer la présence de ces défis dans la population ciblée par cette étude ainsi qu'à déceler d'autres thématiques que la recension des écrits ne nous aurait pas révélées.

6. Se dit des méthodes de recherche qui se fondent sur la collecte de données numériques. Ces données s'obtiennent par questionnaire ou par expérimentation, notamment, et s'analysent par des outils mathématiques et statistiques. Les méthodes quantitatives permettent d'atteindre une vaste population (étendue).

7. Se dit des méthodes de recherche qui se fondent sur la collecte de données textuelles, narratives et subjectives. Ces données s'obtiennent par entretiens individuels, groupes de discussion ou observation, notamment. Dans ces données, c'est le contenu thématique ou le discours qui est analysé. Les méthodes qualitatives permettent de gagner en profondeur dans l'analyse d'un phénomène.

## 2.3 — Étape 3 : le questionnaire

Les thématiques dégagées de la recension des écrits et de l'analyse des entretiens individuels ont inspiré la réalisation d'un questionnaire qui s'adressait aux femmes majeures œuvrant professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone, et ce, de toutes les professions. Les catégories professionnelles offertes aux répondantes sont les suivantes :

1. **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice**
2. **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)**
3. **Musicienne instrumentiste et/ou choriste**
4. **Professionnelle des métiers techniques de l'industrie musicale (réalisatrice, ingénieure de son, éclairagiste, directrice artistique, etc.)**
5. **Propriétaire d'entreprise de l'industrie musicale (ex. : entreprise individuelle, compagnie, société en nom collectif)**
6. **Haute-dirigeante ou cadre supérieure d'une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**
7. **Autre employée à temps plein ou à temps partiel d'une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**
8. **Pigiste pour une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**

**Le questionnaire était composé de 60 questions réparties en trois ensembles, soit :**

Des questions pour filtrer les répondantes sur la base de l'âge et du genre et pour broser leur portrait sociodémographique. L'une des questions filtre leur demandait « À quel genre vous identifiez-vous ? » et incluait les choix de réponses « féminin », « non-binaire », « en questionnement » et « masculin ». De ces choix, nous avons décidé d'exclure seulement les personnes optant pour « masculin », partant de la possibilité que les personnes s'identifiant comme « non-binaire » ou « en questionnement » rencontrent des défis communs à certaines femmes ayant participé à l'étude et adhèrent à certaines pistes de solution qui y répondent, sans prétendre que cette étude puisse approfondir avec précision leur expérience et leurs besoins ;

Des questions pour évaluer, auprès des répondantes, l'intensité et l'étendue du vécu des thématiques qui se sont dégagées des deux premières étapes de l'étude ainsi que pour tester la pertinence de certaines pistes de solution aussi ressorties de ces étapes ;

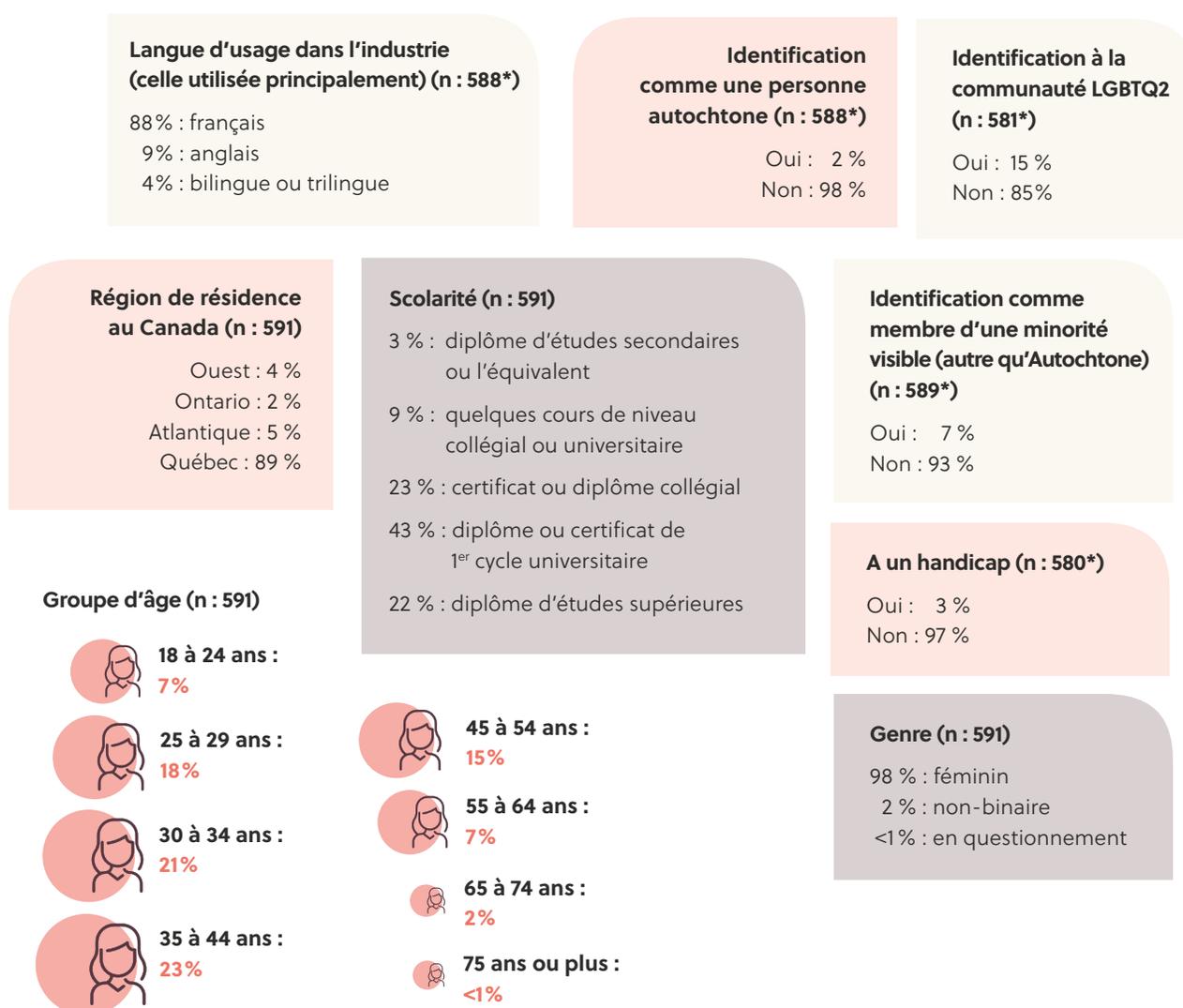
Des questions ouvertes invitant les répondantes à expliquer la réponse donnée à une question précédente ; à raconter une expérience ; à s'exprimer sur leurs ambitions professionnelles dans l'industrie musicale, sur les facteurs ayant positivement influencé leur carrière et sur les barrières les plus importantes à l'avancement de leur carrière ; ainsi qu'à formuler leurs recommandations pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive.

Notre objectif était de broser le portrait de la population ciblée. Le plan d'échantillonnage consistait à obtenir le maximum de réponses au questionnaire auprès de cette population, avec un objectif établi par la Fondation Musicaction à 300 répondantes. La collecte en ligne, sur les serveurs de la firme SOM, a eu lieu du 17 novembre 2020 au 13 décembre 2020, avec la collaboration de plusieurs organismes qui ont relayé l'invitation à répondre au questionnaire. Au total, 591 questionnaires ont servi à l'analyse. Sous l'hypothèse qu'il s'agit d'un échantillon de 591 répondantes provenant d'un échantillonnage aléatoire simple, la marge d'erreur maximale d'échantillonnage est estimée à 4,0 % (voir précisions en **annexe 1**).

La large diffusion du questionnaire a permis d'atteindre une représentation intéressante de la diversité en matière d'âge, d'identification de genre, d'appartenance à une communauté culturelle et de région de résidence, comme le montre la **figure 1**. Sans pouvoir approfondir les défis propres aux différents groupes minoritaires rejoints par le questionnaire, dont nous traitons les réponses avec l'ensemble, les résultats reflètent du moins partiellement cette diversité. De plus, lorsque des différences statistiquement significatives<sup>8</sup> entre les groupes de répondantes (p. ex., groupe d'âge, identité de genre, région de résidence, statut professionnel) sont ressorties de l'analyse, elles sont mises en valeur dans le présent rapport.

**Figure 1 — Profil des répondantes au questionnaire<sup>9 10</sup>**

Base : ensemble des répondantes, n : 591. Pour certains items, l'astérisque (\*) indique la prise en compte de la non-réponse.



8. Seules les différences pertinentes, que ce soient des écarts supérieurs ou inférieurs, dont le niveau de confiance est d'au moins 95 %, sont présentées comme statistiquement significatives.

9. Dans la **figure 1**, certains totaux sont supérieurs à 100 % parce que certaines décimales ont été arrondies, par exemple à la question de la langue d'usage.

10. Dans Région de résidence au Canada, la catégorie Ouest inclut la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon. La catégorie Atlantique inclut le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador et l'Île-du-Prince-Édouard. Nous n'avons pas obtenu de réponses du Nunavut.

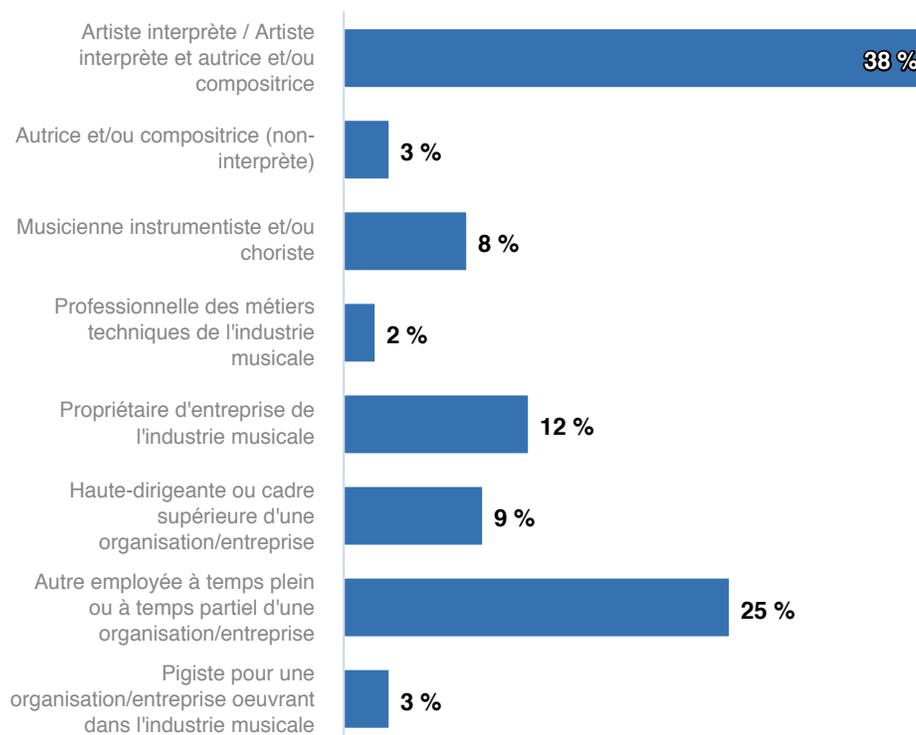
Le mode de diffusion du questionnaire a aussi permis d'atteindre une représentativité en matière des principaux statuts professionnels, comme le montre la **figure 2**. Les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** forment la plus grande partie de notre bassin de répondantes (38 %, n : 221). Avec celles dont le statut professionnel principal est **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (8 %, n : 48) et **Autrices et/ou compositrices (non-interprètes)** (3 %, n : 17), les artistes de toutes catégories représentent 49 % de notre échantillon, soit 286 personnes.

**Figure 2 — Principaux statuts professionnels des répondantes au questionnaire**

Base : ensemble des répondantes, sans la non-réponse, n : 585.

QA1A Quel est votre principal statut professionnel dans l'industrie musicale canadienne francophone? Nous entendons ici le statut auquel vous consacrez la majorité de votre temps dédié au travail.

(n : 585)



## 2.4 — Étape 4 : les groupes de discussion

Le traitement et l'analyse de l'ensemble des réponses au questionnaire ont permis de voir se dessiner des tendances en matière de défis, mais aussi de pistes de solution à approfondir en groupes de discussion. Au printemps 2021, nous avons tenu six groupes de discussion d'une durée moyenne de deux heures, réunissant 6 à 9 personnes, pour un total de 45 personnes. Les quatre premiers groupes réunissaient des femmes d'un même corps de métier sur la base de caractéristiques qui permettraient d'approfondir certains thèmes avec elles. Nous invitions aussi ces dernières à imaginer des solutions afin de répondre à d'éventuelles difficultés liées à ces thèmes.

Les deux derniers groupes visaient explicitement à élaborer, dans un esprit de remue-méninges, des pistes de solution pour répondre aux principaux défis et barrières soulevés aux étapes précédentes de la recherche. Outre des femmes, nous avons inclus à ces groupes quelques hommes et quelques personnes représentatives de la diversité de genre, afin d'entendre leurs voix sur ces défis, barrières et pistes de solution. Ainsi, toutes les pistes contenues dans ce rapport sont celles qui ont émergé de personnes qui œuvrent professionnellement dans le secteur musical canadien francophone. L'analyse des groupes de discussion a permis d'enrichir notre compréhension des résultats obtenus par questionnaire en fournissant aux thématiques soulevées précédemment des explications approfondies et nuancées.

### Que retenir de la démarche de recherche combinée en quatre étapes

**Recension** d'études, d'articles scientifiques et veille de la presse, afin de délimiter les thèmes à aborder auprès des répondantes ;

Huit **entretiens semi-dirigés** avec expertes et experts de la situation des femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone ;

**Questionnaire** de 60 questions, répondu par 591 femmes (98 %), personnes non-binaires (2 %) et en questionnement de leur identité de genre (<1 %) œuvrant professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone.

Les **artistes de toutes catégories** représentent **49 % de notre échantillon**, soit 286 personnes ;

Six **groupes de discussion** réunissant un total de 45 personnes.

# 3. Thématiques abordées sur la base de la recension des écrits

Les thématiques que nous avons choisi d'aborder dans cette étude sont directement inspirées de ce qui s'est dégagé de la recension des écrits sur la place des femmes dans le secteur musical et dans d'autres secteurs culturels, au Canada et ailleurs dans le monde. Cette recension se limite, à quelques exceptions près, aux écrits parus dans les mois et années précédant l'été 2020, qui correspond à la période où nous avons délimité les thèmes à aborder dans cette étude. De plus, dans le questionnaire et les groupes de discussion, nous avons seulement abordé les thématiques dont la pertinence pour la population ciblée par cette étude a été validée lors des entretiens individuels semi-dirigés exploratoires. Nous présentons dans cette partie une brève synthèse de ces thématiques ordonnées en fonction de la quantité et de l'importance de leurs mentions dans les écrits recensés. Les encadrés dans chaque section précisent la façon dont nous avons traité ces thématiques lors des étapes subséquentes, soit le questionnaire et les groupes de discussion.

## 3.1 — La représentation de la musique des femmes dans les médias et les festivals

Dans les dernières années, une enquête journalistique menée par Radio-Canada (2019) et certaines études effectuées ailleurs dans le monde (Lafrance *et al.*, 2011; Ministère de la Culture, 2021; Wessbecher, 2018) ont rapporté que la musique interprétée, écrite, composée et produite par des femmes était sous-représentée sur les ondes radio et dans les festivals. Selon ces observations, cet écart serait particulièrement marqué pour la musique des femmes issues de la diversité et des femmes autochtones (Cobo, 2018; Daguzan Bernier, 2019a) ainsi que pour celles œuvrant dans certains styles musicaux, comme le jazz et le country (Ministère de la Culture, 2021; Watson, 2019). Cette sous-représentation peut s'accompagner de revenus plus faibles, ce qui est susceptible de menacer la durabilité des carrières des femmes (Watson, 2019).

### Ce que nous avons fait

Pour en savoir davantage sur l'interprétation que se font les femmes de la représentation de leur musique, nous avons demandé aux répondantes au questionnaire de donner elles-mêmes l'**exemple d'une opportunité de travail qui leur semble inaccessible en raison de leur genre**. Cela devait nous permettre de savoir si la diffusion de leur musique dans les médias et festivals faisait partie de ces opportunités.

## 3.2 — La représentation des femmes aux postes de programmation et de direction artistique

Pour expliquer la sous-représentation de la musique des femmes dans les médias et dans les festivals, plusieurs études soulèvent la proportion moindre de femmes à la programmation des radios et des festivals, ainsi qu'à la direction des maisons de disques (Cobo, 2018; Henriquez, 2019; Ministère de la Culture, 2021). Des intervenantes

### Ce que nous avons fait

Les résultats du questionnaire ont révélé des tendances propres aux femmes qui se trouvent dans des **postes de décision** et des perceptions d'autres répondantes quant à l'**accès à ces postes**. Lors des groupes de discussion, nous avons approfondi les barrières et défis pouvant expliquer la sous-représentation des femmes dans ces postes.

évoquent la persistance d'un *boys' club* qui entretient des réseaux et des habitudes desquels les femmes sont parfois exclues (Daguzan Bernier, 2019a; Henriquez, 2019). Plusieurs autrices (Cobo, 2018; Wessebecher, 2018) ainsi que plusieurs personnes interrogées dans le cadre d'une enquête journalistique menée par Radio-Canada (2019) soulignent l'importance d'encourager les femmes à occuper des postes de gestion des organismes culturels, des postes dans les conseils d'administration et des postes liés à la prise de décision dans les choix artistiques. Selon ces personnes, plus les femmes seront nombreuses dans ces postes, plus leurs voix seront entendues et plus la programmation sera inclusive.

## 3.3 — La division sexuelle du travail

De nombreuses études font état d'une sous-représentation des femmes dans certaines professions créatives et techniques, ce qui révèle une division sexuelle du travail dans l'industrie de la musique (Martin et Offroy, 2018).

### 3.3.1 — La division sexuelle du travail dans les professions artistiques et techniques

Dans les professions artistiques et techniques, les femmes sont plus représentées parmi les interprètes, par exemple. En revanche, elles le sont moins à titre de musiciennes jouant certains instruments comme la batterie, la guitare, la basse et la trompette ainsi que dans les métiers techniques, soit derrière la console et à la réalisation, notamment (Buscatto, 2008; Conference Board du Canada, 2019; Daguzan Bernier, 2019a; Henriquez, 2019; Martin et Offroy, 2018). Les dernières données de Statistique Canada analysées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec révèlent d'ailleurs que certaines professions des secteurs culturels demeurent majoritairement masculines (Danvoye, 2018). Selon ces données, les femmes ne constituent que 38,3 % des producteurs, productrices, réalisateurs, réalisatrices, chorégraphes et personnel assimilé, ainsi que 22,5 % des chefs d'orchestre, compositeurs, compositrices, arrangeurs et arrangeuses. On observe aussi cette tendance en France où, dans l'industrie musicale, les femmes sont particulièrement moins représentées à la mise en scène, à la direction musicale et à la composition musicale des spectacles (Ministère de la Culture, 2021).

### Ce que nous avons fait

Nous avons conçu notre questionnaire afin qu'il soit possible (pour toutes les questions) d'en tirer des tendances relatives au **principal statut professionnel** occupé dans l'industrie musicale canadienne francophone ainsi qu'aux styles musicaux auxquels les activités professionnelles des répondantes sont liées.

Les femmes se révèlent également sous-représentées dans certains styles musicaux, comme la musique urbaine (voir Cobo, 2018 pour les États-Unis), le jazz (voir Martin et Offroy, 2018 pour la France), la musique orchestrale (Ravet, 2011, citée par Becker, 2012), le rock (Larsen, 2017; Martins et Guerra, 2018) et la musique métal (Turbé, 2016).

De façon générale, chaque style musical et, plus largement, chaque genre artistique implique des institutions et des pratiques renforcées par la reproduction de ces dernières et par ce qu'en disent les médias (Alacovska, 2017; Miller, 2016a). Chaque genre artistique régule ainsi l'identité professionnelle en modelant les défis pour la reconnaissance et en structurant les conditions socioéconomiques dans lesquelles vivent celles qui créent et produisent dans ce genre (Alacovska, 2017).

### Ce que nous avons fait

Notre questionnaire sondait les femmes sur l'**exercice de tâches techniques** dans le cadre de leurs activités professionnelles (prise de son, installation d'équipement d'amplification, réalisation, enregistrement, etc.), sur leur **aisance dans l'exercice de ces tâches**, ainsi que sur les raisons de leur aisance ou de leur manque d'aisance.

### 3.3.2 — La difficile acquisition de l'expérience dans les professions techniques

La sous-représentation des femmes dans les professions techniques a pour conséquence que les femmes peuvent difficilement acquérir de l'expérience et de la crédibilité dans ces professions afin d'aspirer à les exercer. Leur sous-représentation dans les études, formations et réseaux de socialisation menant à l'exercice de tâches techniques participe également à cette difficile acquisition d'expérience (Hennekam et al., 2020; Tucker, 2016). Par conséquent, on leur confie moins certains rôles, particulièrement ceux qui sont liés à la réalisation, parce qu'on ne les croit pas capables ni intéressées

à s'y engager et que l'on ne prend pas leurs compétences au sérieux (Daguzan Bernier, 2019a; Smith et al., 2019; Smith et al., 2021). À terme, les femmes qui souhaitent occuper ces rôles ne trouvent guère de modèles féminins, de mentores et d'enseignantes qui pourraient les aider à dépasser ces barrières à l'entrée, comme cela a été démontré dans l'industrie du cinéma en Grande-Bretagne (Follows et al., 2016, cités dans Duopoly, 2017). Elles restent donc confinées aux professions qu'on leur réserve, avec des possibilités amoindries d'avancement dans certaines professions plus traditionnellement masculines.

### 3.3.3 — La division sexuelle du travail dans les professions administratives

Selon le dernier recensement de Statistique Canada, réalisé en 2016, l'ensemble de la main-d'œuvre culturelle canadienne se divise presque également entre les hommes et les femmes. Or, si les femmes sont sous-représentées dans certaines professions créatives et dans les professions techniques, elles sont en revanche plus présentes dans les professions administratives. Cependant, parmi celles-ci, elles sont minoritaires dans les professions opérationnelles (Conference Board du Canada, 2019), soit toutes les fonctions qui impliquent de diriger. Au Canada comme ailleurs dans le monde, dans l'ensemble des industries créatives, les femmes se trouvent plutôt surreprésentées dans les postes de soutien à des projets artistiques et dans les fonctions d'accompagnement, comme les communications, la coordination et les relations de presse (Leung, 2016; Martin et Offroy, 2018). Elles expriment de plus de la difficulté à avancer dans leur carrière pour atteindre les échelons supérieurs et les postes de direction (Duopoly, 2017). Dans tous les domaines de l'économie, ce phénomène est connu sous le nom de «plafond de verre», selon lequel une personne avec la formation et les compétences pertinentes est freinée dans son avancement vers des postes de leadership ou de responsabilité par une barrière invisible (Dodd, 2012, p. 158).

Dans l'industrie musicale, au Canada comme ailleurs dans le monde, plusieurs études notent une faible représentation des femmes au sein des équipes dirigeantes des maisons de disques, des entreprises de production, d'édition, de gérance et de diffusion (salles de spectacles, festivals, radios) ainsi qu'au sein des conseils d'administration (Daguzan Bernier, 2019; Dodd, 2012; HCE, 2018; Martins et Guerra, 2018; Ministère de la Culture, 2021; Nordicity, 2015; Prior *et al.*, 2019; SACD, 2017; Women in Music Canada, 2019). Au Québec, des observatrices soulignent que cela tend à changer et que l'on voit maintenant plus de femmes dans des postes de direction (Henriquez, 2019).

En France, on note également une progression de la représentation des femmes dans les instances des métiers de la culture, passée d'un cinquième en 2015 à 37 % en 2020 (Ministère de la Culture, 2021, p. 10). L'équilibre semble cependant loin d'être atteint. Une étude sur les femmes de l'industrie musicale ontarienne révèle que sur 104 postes de direction, seulement 23 % étaient occupés par des femmes (Nordicity, 2015). Dans cette même province, la proportion de femmes à des «postes opérationnels relevant du premier niveau» (postes correspondant à un rôle opérationnel supérieur en tant qu'employée d'une société, comme présidence ou direction générale) dans les sociétés appuyées par la SODIMO (désormais appelée Ontario Créatif) varie entre 16 % et 33 % selon le secteur. C'est dans le secteur de la musique qu'elle est la plus basse (16 %) (Wolfe *et al.*, 2018). Selon ces études, l'atteinte des postes de direction semble d'autant plus difficile pour les femmes plus âgées, les femmes issues de minorités visibles et d'autres groupes minoritaires, ainsi que pour les mères de famille (Dodd, 2012; Duopoly, 2017; Martins et Guerra, 2018; Nordicity, 2015; Prior *et al.*, 2019, p. 19).

En plus des conséquences sur les décisions qui sont prises à l'égard de la production, de la mise en marché et de la diffusion de la musique (Daguzan Bernier, 2019; Radio-Canada, 2019), la sous-représentation des femmes dans les postes de direction se répercute sur la nature des décisions d'embauche au sein des équipes dirigeantes et des conseils d'administration (Dodd, 2012). Ce manque de diversité dans les équipes dirigeantes et les conseils d'administration aurait des conséquences sur la performance des entreprises de l'industrie de la musique, selon certaines études (Dodd, 2012, p. 158; Women in Music Canada, 2019). En effet, une analyse des styles de leadership des hommes et des femmes dans ces postes révèle qu'ils sont très différents et que leur

### Ce que nous avons fait

En groupes de discussion, nous avons cherché à identifier et comprendre les barrières et défis rencontrés par les femmes dans leur **accès à des postes de direction et des conseils d'administration**, dans l'exercice de leurs fonctions, ainsi que les **modèles** qu'elles incarnent et les **styles** qu'elles adoptent en matière de **leadership**.

### Ce que nous avons fait

En plus de tirer des tendances relatives au **principal statut professionnel occupé** par les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone, incluant les femmes dans des postes de direction, notre questionnaire sondait les répondantes sur leur **participation à des conseils d'administration**. Nous voulions connaître leurs **motivations** et leur **satisfaction** à y avoir siégé ou les raisons pour lesquelles elles n'y ont jamais siégé, le cas échéant.

combinaison peut grandement bénéficier à une organisation. Les entreprises qui combinent différents styles de leadership d'hommes et de femmes seraient de plus grande taille (en ce qui concerne la taille du personnel) et exerceraient un plus grand impact économique (Dodd, 2012, p. 171). Dans une étude sur les studios d'enregistrement aux États-Unis, Smith *et al.* (2019) parlent d'une plus grande culture de la collaboration lorsque les femmes y sont présentes. De façon générale, un manque de diversité dans la main-d'œuvre entraîne un manque d'idées, de pratiques, de cultures et de processus variés dans une organisation : des ingrédients nécessaires à la créativité et à l'innovation (Leung, 2016).

### 3.3.4 — L'entrepreneuriat

En matière d'entrepreneuriat, une étude menée en Grande-Bretagne a démontré qu'il y aurait moins de femmes parmi les entrepreneurs des industries créatives, qu'il leur serait difficile de se tailler une place et que la conciliation travail-famille affecterait davantage les femmes entrepreneures que leurs pairs masculins (Martin *et al.*, 2020). Une chercheuse canadienne précise qu'un grand nombre d'artistes doivent entreprendre pour faire avancer leur carrière, soit pour voir leur art diffusé et financé, mais que l'entrepreneuriat est plus symboliquement

aligné avec un archétype masculin, lié à la prise de risque, à l'autopromotion, au fait de demander des ressources et de rechercher de l'attention. Ces comportements seraient en effet plus acceptés chez les hommes que chez les femmes (Miller, 2016, p. 126). Le fait de prendre des risques et d'être à la recherche de ressources et d'attention requiert en outre une disponibilité qui serait difficilement conciliable avec la vie de famille, dont les femmes auraient encore souvent la principale responsabilité (Banks et Milestone, 2011; Stokes, 2013, cités par Miller, 2016, p. 126). De plus, l'entrepreneuriat se développerait dans des réseaux informels qui, comme mentionné au sujet de la division sexuelle du travail dans les professions créatives, avantageraient plus souvent les hommes. Cette chercheuse ajoute que l'entrepreneuriat repose sur une grande confiance en soi, laquelle lui semble systématiquement érodée chez les femmes artistes. Selon elle, ces femmes doutent de leurs aptitudes de façon significative<sup>11</sup> (Miller, 2016, p. 127).

#### Ce que nous avons fait

Notre questionnaire sondait les femmes sur le fait d'**avoir déjà lancé une entreprise** et sur leurs **motivations** à avoir lancé une entreprise; sur le fait d'avoir eu ou non à **mettre fin aux activités de leur entreprise** ainsi que sur les **raisons** pour lesquelles elles y ont mis fin ou n'en ont pas lancée, s'il y a lieu.

#### Ce que nous avons fait

Notre questionnaire s'attardait au **principal statut professionnel** des répondantes, à la **proportion de leur temps** qu'elles peuvent y consacrer et à la **proportion de leurs revenus** qu'elles en tirent; au nombre de **secteurs autres que la musique** (p. ex., éducation, restauration, etc.) dans lesquels elles exercent des activités professionnelles et aux raisons pour lesquelles elles exercent dans ces secteurs, s'il y a lieu. Nous voulions aussi savoir dans quelle mesure elles peuvent **utiliser ce qu'elles ont appris au cours de leurs études** dans leurs activités professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone. Nous tenions compte du fait que certaines problématiques ressortent davantage dans les réseaux liés à certains **styles musicaux**, ainsi qu'en fonction de l'**âge** ou de l'**expérience**.

### 3.4 — Les conditions socioéconomiques dans lesquelles évoluent les femmes

Les différentes divisions sexuelles du travail dans l'industrie musicale canadienne francophone ainsi que la sous-représentation de la musique des femmes dans les médias et les festivals sont susceptibles de se conjuguer à des écarts salariaux. Une étude portant sur les femmes dans l'industrie musicale ontarienne évoquait un salaire annuel moyen de 27 % inférieur en 2014 aux plus récents salaires annuels auxquels nous avons alors accès pour l'ensemble des travailleurs et travailleuses dans le secteur de l'enregistrement sonore au Canada (Nordicity, 2015, p. 21-24). Une étude sur les artistes des communautés francophones en situation minoritaire du Canada va dans le même sens, révélant un écart de 27 % entre le revenu médian des artistes femmes et celui des hommes (Hill, 2019). Des disparités salariales sont dénoncées dans les médias par les femmes créatrices et musiciennes au Québec (Boulay *et al.*, 2017) et en France (F.E.M.M., 2019).

Elles sont l'occasion de souligner la disproportion entre les jeunes femmes qui apprennent la musique et celles qui gagnent leur vie grâce à la musique (Radio-Canada, 2019).

11. "Entrepreneurial labor can also be considered implicitly masculinized because it requires extensive self-confidence, which is systematically eroded in women artists and musicians. Women in artistic scenes report significant skepticism of their abilities" (Miller, 2016, p. 127).

Ces études soulignent ainsi, comme d'autres, que les parcours professionnels des femmes sont marqués par davantage de précarité que ceux de leurs homologues masculins (Martin et Offroy, 2018, p. 26). Les femmes seraient plus nombreuses à combiner divers métiers pour arriver à gagner leur vie, et ce, particulièrement à mesure qu'elles avancent en âge (Buscatto, 2008). Dans le milieu de la musique jazz, même si les femmes avaient connu ou connaissaient encore un relatif succès critique, celles qui avaient dépassé 35 ans ne vivaient pas principalement du jazz. Elles devaient évoluer dans d'autres styles musicaux ou dans d'autres secteurs culturels (théâtre, danse) ou encore tiraient principalement leur rémunération comme enseignantes, compositrices ou gestionnaires (Buscatto, 2008, p. 91). Dans les arts visuels au Canada, une étude estime que les femmes travaillent plus d'heures dans d'autres domaines que leurs collègues masculins (Maranda, 2012, citée par Conference Board du Canada, 2019). Par conséquent, les femmes dont la carrière est ainsi morcelée sont moins disposées à se consacrer à leur carrière, à saisir les opportunités qui se présentent à elles, à lancer des projets et à obtenir du financement pour ceux-ci. Cela les empêche de faire progresser leur carrière au-delà d'un certain niveau, comme cela a été souligné dans l'industrie médiatique (Duopoly, 2017, p. 20).

### 3.5 — La présence de modèles et la satisfaction quant à l'avancement de la carrière

L'une des conséquences de la division sexuelle du travail dans l'industrie musicale canadienne est que l'on trouve moins de modèles féminins dans les professions techniques et en postes de direction pour inspirer de plus jeunes femmes à envisager ces professions. Elle a aussi pour effet qu'il y a moins de mentores pouvant accompagner les femmes dans leur accession à ces fonctions. Cela accentue les barrières à l'entrée de ces professions et contribue à reproduire la division sexuelle du travail, comme cela a été documenté dans le milieu du cinéma (Follows *et al.*, 2016, cités par Duopoly, 2017), partant de l'importance de bons modèles pour favoriser la présence des femmes dans ces postes (Dodd, 2012, p. 172).

Que ce soit parce qu'elles sont moins présentes à la direction et à la prise de décision, que leur musique est moins diffusée ou qu'elles œuvrent plus généralement dans des conditions socioéconomiques difficiles, les femmes sont plus susceptibles de ressentir de l'insatisfaction quant à l'avancement de leur carrière. Elles peuvent également vivre des sentiments d'isolement, d'objectification et de rejet lorsqu'elles tentent leur chance dans les professions au sein desquelles elles sont sous-représentées, de même que sentir que leurs idées convainquent moins et qu'on résiste à leur leadership (Smith *et al.*, 2019). Une étude sur les femmes dans l'industrie musicale ontarienne révèle que 43 % d'entre elles ne croient pas être là où elles devraient être dans l'avancement de leur carrière (Nordicity, 2015, p. 19). Cette insatisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière se conjugue bien souvent à un manque de reconnaissance et à une insatisfaction liée aux revenus tirés des tâches réalisées et des responsabilités assumées ou de la musique diffusée (Nordicity, 2015, p. 27).

#### Ce que nous avons fait

Notre questionnaire visait à connaître le **niveau de satisfaction quant à l'avancement de la carrière** de nos répondantes, que nous avons pu analyser notamment au regard de leur principal statut professionnel et de leurs caractéristiques sociodémographiques. Elles visaient également à savoir si les répondantes connaissaient des **femmes pouvant leur servir de modèle** dans l'avancement de leur carrière.

### 3.6 — Le sentiment de confort dans la culture et les réseaux de l'industrie

Le fait d'être minoritaires dans certaines professions peut affecter le sentiment de confort des femmes dans la culture et les réseaux de l'industrie musicale, lesquels perpétuent une certaine perception du genre féminin. Des créatrices et musiciennes de l'industrie musicale québécoise dénoncent les préjugés véhiculés quant à leurs connaissances de la technique ou de l'équipement, par la remise en doute de leur talent, de leur expérience ou de leur pertinence (Boulay *et al.*, 2017). La remise en doute de l'expertise des femmes dans le domaine de la composition et de la réalisation (*music production*) est d'ailleurs corroborée dans des études menées ailleurs dans le monde

(Hennekam *et al.* 2020 ; Smith *et al.*, 2019). Tant sur le plan créatif et technique qu'administratif, plusieurs recherches soulignent les défis que rencontrent les femmes à être prises au sérieux face aux *boys' clubs* de certains milieux et leur sentiment de devoir travailler plus fort pour obtenir une reconnaissance égale à celle des hommes (Daguzan Bernier, 2019a; Miller, 2016; Prior *et al.*, 2019). Cela correspond à ce que Miller (2016, p. 124) appelle des biais d'évaluation. Ces biais sont particulièrement problématiques pour les femmes artistes, puisque le jugement de la qualité artistique d'une œuvre est ambigu, incertain et subjectif : il n'existe pas de standards de ce qui fait une bonne œuvre, ce qui rend ces jugements d'autant plus sensibles à ce type de biais d'évaluation.

#### Ce que nous avons fait

Nous avons sondé les répondantes sur leur **sentiment de confort** dans la culture et les réseaux de l'industrie musicale canadienne francophone, au travers du **sentiment d'être compétentes** dans leurs activités, d'être **prises au sérieux, que leurs idées sont bien reçues**, d'être **capables de prendre leur place** ainsi que d'**exercer du leadership**. Nous avons la possibilité de déceler dans les réponses à ces questions des tendances relatives au principal statut professionnel occupé et au style musical.

Dans les réseaux plus majoritairement masculins, on observe une tendance des hommes à recruter davantage d'autres hommes à certains postes (Martin et Offroy, 2018), ce qui donne aux femmes le sentiment qu'elles n'ont pas la possibilité d'y accéder (Nordicity, 2015). Cette tendance dans le recrutement a fait l'objet d'une large documentation dans les secteurs de la télévision et du cinéma, notamment en Grande-Bretagne (Wing-Fai *et al.*, 2015). On y met en évidence que les pratiques des recruteurs consistent généralement à recruter des candidats à leur image, avec lesquels ils sentent qu'ils pourront entretenir un rapport facile. Des motifs de recrutement qui excluent les femmes peuvent émerger inconsciemment, non pas d'un sexisme explicite, mais plutôt d'un réseau de confiance et de relations plus traditionnellement masculin, fondé sur l'affect et les jugements tacites. Plusieurs études documentent la plus grande difficulté des femmes à se créer des réseaux professionnels dans les industries créatives. Cette difficulté peut prendre racine dans les réseaux de socialisation primaire (la famille, la communauté), se perpétuer dans les réseaux de socialisation secondaire (les écoles) jusqu'aux réseaux de socialisation professionnels, et ce, de façon plus souvent inconsciente, mais susceptible de créer diverses formes de discrimination (Buscatto, 2008 ; Duopoly, 2017; Manning et Sydow, 2007 cités par Hennekam *et al.*, 2020, p. 217; Martin et Offroy, 2018; Tucker, 2016).

#### Ce que nous avons fait

Nous avons également sondé les répondantes au questionnaire sur leur **sentiment de discrimination**, soit le sentiment de **devoir se prouver davantage, de se sentir jugées plus sévèrement** et de **sentir qu'une opportunité de travail leur est inaccessible en raison de leur genre**. Une question ouverte du questionnaire invitant les répondantes à donner un **exemple d'une opportunité de travail qui leur semble inaccessible en raison de leur genre** a aussi permis de valider les défis liés à l'accès à certaines professions artistiques, aux professions techniques et aux postes de direction, que nous avons pu approfondir dans nos groupes de discussion.

### 3.7 — Le harcèlement

Dans plusieurs études, des femmes dénoncent du harcèlement et des abus (sexuels ou non) qui se révèlent difficiles à prouver (Hennekam *et al.*, 2020; Nordicity, 2015; Prior *et al.*, 2019; Smith *et al.*, 2020). Dans une étude sur les femmes de toutes les professions en musique aux États-Unis, près d'un tiers des répondantes ont cité la discrimination, le harcèlement et les abus comme constituant les plus grosses barrières au développement de leur carrière (Prior *et al.*, 2019, p. 19). Une étude sur les industries créatives aux Pays-Bas révèle que le harcèlement sexuel fait couramment partie de l'avancement de la carrière et de la culture professionnelle. Cela s'expliquerait par la compétition qui prévaut dans ces industries, par l'avancement qui passe par des relations informelles et par des relations de pouvoir genrées (Hennekam et Bennet, 2017). Le collectif Femmes engagées des métiers de la musique (F.E.M.M., 2019), en France, dénonce dans son manifeste des propos misogynes, des comportements déplacés récurrents et des agressions sexuelles. Ces actes peuvent expliquer la faible présence des femmes dans certaines professions créatives, techniques et administratives. Une femme ayant connaissance de ces actes ou en ayant fait l'expérience verra son environnement de travail comme un milieu hostile qu'il s'avère préférable de quitter. Ces actes apparaissent d'autant plus graves que les femmes œuvrant dans l'industrie musicale sont souvent des travailleuses autonomes, des entrepreneures ou des employées de petites entreprises. Par conséquent, elles n'ont pas toujours accès à de la protection ou à des structures de ressources humaines auprès desquelles elles peuvent aller chercher du soutien et exprimer leur inconfort ou leur insécurité, comme le souligne une étude sur les femmes dans l'industrie musicale ontarienne (Nordicity, 2015, p. 27).

#### Ce que nous avons fait

Dans le contexte des vagues de dénonciation qui ont eu lieu en 2017 et en 2020 au Québec et dans le contexte d'une plus grande sensibilisation au harcèlement, il nous a semblé important que cette étude participe à l'effort de faire état de la situation. Nous avons ainsi sondé les répondantes au questionnaire sur le **fait d'avoir subi ou non du harcèlement**. Nous avons décliné le harcèlement en quatre dimensions, soit le **harcèlement psychologique, sexuel, discriminatoire et criminel**, suivant les définitions qu'en retient l'organisme L'Aparté. En complément, nous les avons sondées sur leur **connaissance des ressources disponibles dans leur région pour obtenir de l'assistance** dans l'une ou l'autre de ces situations de harcèlement.

### 3.8 — La maternité

Pour expliquer la sous-représentation des femmes dans certaines professions, la sous-représentation de leur musique dans certains contextes, ainsi que diverses formes d'inconfort, on cite souvent la maternité. Dans une étude sur les industries de la télévision et du cinéma, Wing-Fai *et al.* (2015) distinguent deux explications liées à la maternité. La première concerne la difficulté d'atteindre un équilibre entre le travail et les soins aux enfants. La seconde concerne la discrimination dont certaines femmes font l'objet en raison de leur potentiel de devenir mères.

### 3.8.1 — La conciliation travail-famille

On décrit souvent la maternité comme influençant négativement l'avancement de la carrière, en ralentissant cette dernière lors du congé de maternité et, par la suite, en raison des responsabilités maternelles. Selon certains témoignages tirés d'une étude sur les femmes dans l'industrie musicale ontarienne (Nordicity, 2015, p. 28), les professions de cette industrie ne montrent pas la flexibilité nécessaire pour éviter à ces femmes de sentir que la maternité retarde leur avancement et ne favorisent pas l'équilibre travail-famille. Des musiciennes et créatrices québécoises soulignent également les conséquences négatives de la maternité sur la longévité des carrières (Boulay et al., 2017). Dans le milieu du jazz, en France, des femmes racontent comment six mois d'absence du milieu en lien avec la maternité avaient suffi à les faire « disparaître » de la liste des collègues « recrutables » (Buscatto, 2008, p. 98). Les femmes envisagent d'ailleurs difficilement l'articulation entre une vie professionnelle très prenante et la vie familiale dont elles gardent souvent la charge principale (Buscatto, 2008; Wing-Fai et al., 2015). Cela les dissuaderait d'entrer dans ce monde professionnel ou les éloignerait prématurément d'une carrière artistique au profit de l'enseignement, notamment (Buscatto, 2008, p. 88). Dans les industries de la télévision et du cinéma en Grande-Bretagne, des femmes expriment l'impossibilité de trouver des services de garde appropriés à leurs horaires de travail, qui varient continuellement. Cela peut expliquer que des femmes quittent certaines professions faute de possibilités de les réconcilier avec les soins à leur famille (Wing-Fai et al., 2015, p. 60).

La difficulté à réconcilier les soins à la famille avec le travail peut également nuire à l'obtention de certains postes. Le recrutement dans le milieu de la musique repose généralement, comme mentionné précédemment, sur des réseaux de relations informelles qu'il importe d'entretenir lors d'opportunités diverses de réseautage. Or, selon les constats d'une étude menée dans les secteurs de la télévision et du cinéma en Grande-Bretagne, les horaires du travail en eux-mêmes requièrent déjà une flexibilité difficile pour quiconque doit prendre soin d'enfants (Wing-Fai et al., 2015, p. 60). Dans une analyse visant des témoignages de mères travaillant dans l'industrie de la télévision en Grande-Bretagne, Berridge (2019) fait ressortir l'incompatibilité entre les responsabilités familiales et une culture du travail intense, axée sur la productivité et la compétition. Cela conduirait les mères qui restent dans ce milieu à passer sous silence les défis qu'elles rencontrent à cet égard et les émotions qu'elles ressentent en lien avec ces défis, ainsi qu'à adhérer à la culture de la résilience et de l'indépendance qui règne dans ce milieu. Cela conduirait même certaines à cacher leur maternité, afin de garder leur place. Selon Wing-Fai et al. (2015, p. 60), la difficulté d'atteindre un équilibre entre le travail dans les industries créatives et la vie de famille fait en sorte que ces industries manquent de modèles de femmes qui seraient parvenues à cet équilibre avec succès afin d'en inspirer et d'en encourager d'autres.

#### Ce que nous avons fait

Nos questions sur la conciliation travail-famille reposaient sur une définition incluant les **soins aux enfants et aux autres proches**.

Nous souhaitions savoir si les répondantes avaient déjà eu à **renoncer à un poste ou à une opportunité de travail pour des raisons de conciliation travail-famille** et les raisons de cette renonciation. Plus généralement, nous les avons sondées sur les **difficultés** qui peuvent être attribuées à cette conciliation, de même que sur le niveau de **prise en compte de ces difficultés** dans leur milieu de travail.

### 3.8.2 — Le potentiel de devenir mère

La seconde explication de la sous-représentation des femmes en musique, en lien avec la maternité, concerne le potentiel de devenir mère. Citant l'étude de Ravet (2011) sur les femmes dans le milieu de la musique orchestrale, Becker (2012) parle de pratiques routinières d'embauche dans ce milieu qui, enracinées dans un monde masculin, ne feraient pas place aux contingences associées à la parentalité. Wing-Fai et al. (2015, p. 61) parlent de pratiques semblables, dans le milieu de la télévision et du cinéma, comme d'attitudes sexistes à l'égard de la possibilité même d'avoir des enfants. Ces attitudes prennent différentes formes. Par exemple, face à l'éventualité d'embaucher une femme dans l'un ou l'autre de ces milieux, des personnes en position de recruter

avantageraient un homme de peur qu'une femme veuille partir, ou repartir si elle a déjà eu des enfants, en congé de maternité. Ces personnes présupposeraient également qu'une femme puisse devenir moins créative ou moins ambitieuse si elle a un jour des enfants, ce qui ne serait pas présupposé pour les hommes qui deviennent pères. Ces attitudes sexistes affectent donc toutes les femmes, incluant celles qui ne deviennent pas mères et celles qui ont déjà eu des enfants, mais s'avèrent difficiles à appréhender et à dénoncer, en raison de leurs racines profondes et du manque de dispositifs qui permettraient de les gérer. La culture de certains styles musicaux accentuerait cette discrimination fondée sur le potentiel de devenir mère, comme cela a été documenté par rapport à la culture bohémienne et dérégulée valorisée dans le monde du rock (Gottlieb et Wald, 1994, cités par Martins et Guerra, 2018).

#### Ce que nous avons fait

Pour toutes les répondantes, des questions visaient à déceler **l'influence de la carrière sur les décisions prises ou qu'elles pourraient prendre de devenir mères**. Dans l'affirmative, elles devaient expliquer de quelle façon la carrière exerce cette influence.

Nous les invitons ensuite à indiquer à quelle **fréquence elles sentent qu'une opportunité de travail leur est refusée** en fonction de leur **potentiel de devenir mère**, si elles n'ont pas d'enfant à charge, ou **parce qu'elles sont mères**, si elles avaient déclaré avoir des enfants à charge.

### 3.9 — La durabilité des carrières et la santé des femmes

En lien avec les conditions socioéconomiques dans lesquelles évoluent les femmes dans l'industrie musicale et les difficultés liées à la conciliation travail-famille, plusieurs études soulignent la durabilité moindre des carrières des femmes. Dans une lettre ouverte au journal *Le Devoir*, des créatrices et musiciennes québécoises parlent d'inégalités quant à la longévité des carrières (Boulay et al., 2017). Dans le milieu du jazz, en France, Buscatto (2008, p. 106) explique que c'est « dans la durée, au fil de nombreux choix et interactions sociales, que s'affirme leur grande difficulté à vivre du jazz de manière principale, même pour les plus réputées et les plus reconnues par les critiques, le public et leurs collègues masculins ». Leur retrait s'expliquerait largement par leur difficulté à accéder à des réseaux sociaux stables et ouverts (Buscatto, 2008, p. 97). Leur accès à ces réseaux devient d'autant plus ardu lorsqu'elles deviennent mères et ne peuvent plus naviguer aussi librement dans les événements de réseautage qui favorisent cet accès. La carrière des femmes se révélerait aussi plus fragile aux crises. Dans les secteurs du cinéma et de la télévision en Grande-Bretagne, il a été démontré que les femmes quittent ce milieu de façon disproportionnée par rapport aux hommes en temps de crise. Par exemple, pendant la récession de 2009, les femmes se sont exilées de ce milieu à un taux six fois plus élevé que celui des hommes (O'Connor, 2010, cité par Wing-Fai et al., 2015, p. 63).

Pour expliquer cette durabilité moindre de la carrière des femmes, certaines études évoquent aussi la santé physique et psychologique des femmes. Elles parlent d'un sentiment de fatigue lié au fait d'évoluer dans un monde d'attentes et de normes masculines dans lesquelles elles ne se sentent pas prises en compte. Dans son étude du milieu du jazz en France, Buscatto (2008, p. 102) souligne que les femmes «affichent une relative "fatigue", soit à l'égard des comportements compétitifs et affirmés développés par certains, soit en raison de l'affirmation de soi que nécessite cette activité professionnelle pour se maintenir. Elles s'essaient à d'autres relations sociales jugées plus satisfaisantes ou abandonnent certains de ces comportements jugés trop "virils", affirmés, compétitifs». À cette fatigue s'ajoute l'impossibilité de parler de leur fatigue, ainsi que de parler des difficultés qui y contribuent. Cela s'expliquerait par une culture néolibérale de la performance, de la compétition, de la productivité, de l'autonomie et de la disponibilité continuelle pour le travail dans laquelle les femmes ne se retrouvent pas nécessairement (Wing-Fai et al., 2015, p. 63).

Berridge (2019) et Wing-Fai et al. (2015) parlent d'une culture du silence dans les industries du cinéma et de la télévision. Ces autrices expliquent que de parler des enfants et des soins à la famille dans ces environnements, ainsi que des difficultés à réconcilier ces soins avec le travail, est perçu comme une remise en question potentielle de l'engagement envers le travail. Ce sentiment de fatigue s'accroît avec l'âge et peut amener les femmes à remettre en question leur vocation. C'est pourquoi elles sont plus nombreuses à quitter leur milieu ou à morceler leur carrière musicale en la combinant à d'autres professions à mesure qu'elles avancent en âge (Buscatto, 2008, p. 102). En France, leur représentation dans les professions culturelles va en descendant à partir de 25 ans et diminue continûment avec l'âge (Ministère de la Culture, 2019, p. 7).

### Ce que nous avons fait

Nous avons demandé aux répondantes au questionnaire si elles avaient **déjà songé à abandonner leur carrière** dans l'industrie musicale canadienne francophone et, dans l'affirmative, d'en indiquer les raisons. Nous leur avons également demandé dans quelle mesure la **crise de la COVID-19** fragilisait leur carrière. Enfin, nous les avons sondées plus ouvertement sur les **barrières les plus importantes à l'avancement de leur carrière**.

### Ce que nous avons fait

Pour alimenter les **pistes de solution recommandées par les répondantes** au questionnaire, puis approfondies en groupes de discussion, nous avons aussi sondé les répondantes au questionnaire sur les **facteurs qui ont le plus positivement influencé l'avancement de leur carrière**, que ce soit sur le plan personnel, organisationnel ou sectoriel; sur **leurs ambitions professionnelles** dans l'industrie musicale canadienne francophone, ainsi que sur les **principaux bénéfices qu'elles associent à la présence des femmes** dans cette industrie.

### 3.10 — Des facteurs positifs et des pistes de solution

Quelques pistes de solution sont nommées dans les écrits pour répondre aux problèmes identifiés ci-dessus. Comme chacune d'entre elles est susceptible de nourrir les résultats de cette étude, elles sont intégrées lorsque cela s'avère pertinent à la partie 5 de ce rapport. Ces pistes nous ont amenées à inviter nos répondantes au questionnaire, après leur en avoir présenté certains exemples, à formuler leurs propres recommandations pour une industrie musicale plus inclusive, puis à approfondir et bonifier ces recommandations lors des groupes de discussion.

# 4. Résultats : portrait des femmes en musique et des défis qu'elles rencontrent

Les deux prochaines parties (4 et 5) relatent les résultats de cette étude. Dans la partie 4, nous répondons au premier objectif de cette étude, soit celui de relever les défis particuliers que rencontrent les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone. Nous commençons par l'état de la situation des femmes qui évoluent dans cette industrie (4.1). Nous poursuivons avec les quatre opportunités qui semblent les plus inaccessibles à nos répondantes (4.2) soit, pour les artistes, 1) les tâches et responsabilités techniques et 2) la participation à des programmations musicales; pour certaines artistes et employées, 3) l'accès aux postes de direction; pour les répondantes de toutes professions, 4) la participation à des conseils d'administration (CA). Ces deux sections (4.1 et 4.2) permettent ainsi d'approfondir certains défis propres aux répondantes issues d'un même statut professionnel principal. Nous complétons cette présentation par un portrait des défis transversaux (4.3), soit des défis qui touchent des femmes de tous les corps de métier. Pour répondre à ces défis, et en réponse au deuxième objectif de cette étude consistant à faire émerger des pistes de solution qui favoriseraient l'inclusion et l'épanouissement professionnel des femmes dans ce secteur culturel, nous développons ces pistes dans la partie 5. L'encadré suivant offre un rappel de quelques éléments présentés dans la méthodologie, afin de guider la lecture des résultats.

## Guide de lecture des résultats

Les résultats présentés ci-dessous **approfondissent l'interprétation que se font les répondantes** de leur expérience dans l'industrie musicale canadienne francophone, **sans la comparer** à celle des hommes ni à celle des femmes œuvrant dans d'autres secteurs culturels.

Nous ne prétendons pas que les résultats parlent au nom de toutes les femmes qui œuvrent professionnellement dans le secteur musical canadien francophone. Pour cette raison, **certains résultats sur un même thème peuvent diverger**, puisque les femmes peuvent avoir une expérience différente de ce thème. Lorsque les résultats le permettent, nous **mettons en valeur la diversité des vécus des femmes** en lien avec des facteurs personnels et contextuels.

Le terme « **répondantes** » utilisé seul réfère à l'ensemble des personnes qui ont participé aux trois étapes de la collecte de données, soit les **entretiens individuels**, le **questionnaire** et les **groupes de discussion**. Lorsque certains segments des résultats reposent sur les données obtenues à l'une ou l'autre de ces étapes seulement, nous le précisons.

Bien que **quelques personnes reflétant la diversité de genre et quelques hommes** aient participé à la recherche lors des entretiens individuels et des groupes de discussion, nous employons le féminin pour refléter le genre auquel s'identifie la majorité des répondantes, à moins que la précision sur le genre soit nécessaire à la compréhension.

Lorsqu'une phrase ou une expression formulée par une répondante **reflète les propos de plusieurs répondantes sur un même thème**, nous l'avons intégrée à l'écriture des résultats pour mettre en valeur **l'interprétation de ces répondantes** avec plus de précision et de réalisme. Ces citations sont parfois partiellement réécrites pour favoriser leur compréhension et une meilleure intégration au texte, sans que le sens en soit changé.

## 4.1 — État de la situation

Cet état de la situation présente les conditions socioéconomiques dans lesquelles évoluent l'ensemble des femmes interrogées dans l'industrie musicale canadienne francophone (4.1.1), leur exercice de leadership sous toutes ses formes (4.1.2), leur situation à l'égard de l'entrepreneuriat (4.1.3) et leur situation dans les postes de direction (4.1.4). Il offre ce faisant un aperçu de certains défis vécus différemment selon le statut professionnel principal, dont certains seront traités de façon plus transversale aux différents corps de métier dans la section 4.3.

### 4.1.1 — Les conditions socioéconomiques des femmes

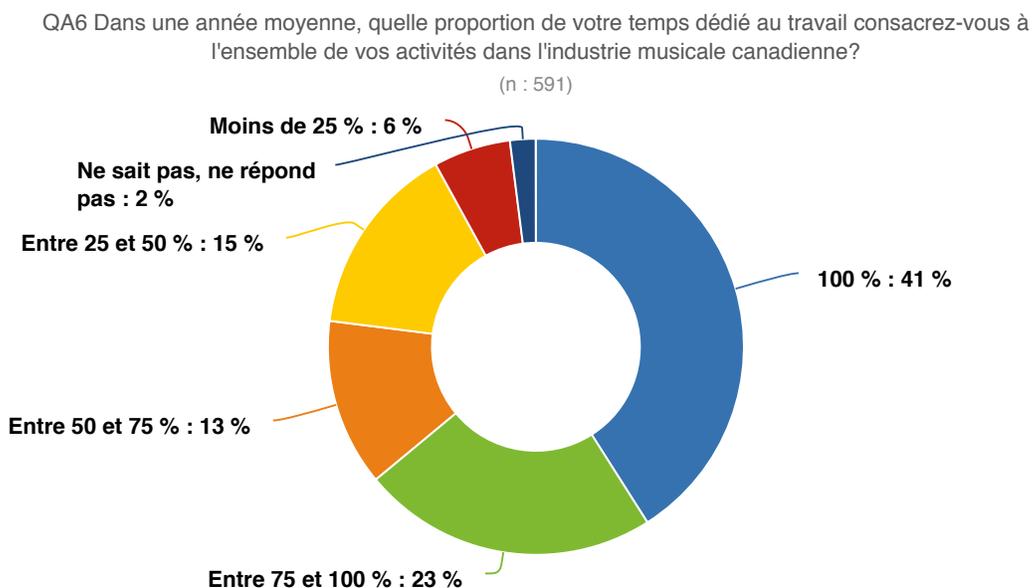
Nous avons abordé les conditions socioéconomiques des femmes œuvrant professionnellement dans le secteur musical canadien francophone en sondant les répondantes au questionnaire sur la possibilité de se consacrer à leur carrière et d'en tirer une proportion significative de leurs revenus, quels qu'ils soient, ainsi que sur la possibilité d'utiliser ce qu'elles ont appris pendant leurs études. Nous avons choisi de ne pas demander aux répondantes leur salaire moyen, comme cela s'est fait dans d'autres études (Nordicity, 2015; Hill, 2019), puisqu'il s'avèrerait difficile de distinguer les revenus provenant des activités occupées dans le secteur musical des revenus tirés d'activités dans d'autres secteurs.

#### LA POSSIBILITÉ DE SE CONSACRER À SA CARRIÈRE ET D'EN TIRER SES REVENUS

Comme l'illustre la **figure 3**, 41 % des 591 répondantes à notre questionnaire consacrent 100 % de leur temps de travail à l'ensemble de leurs activités dans le secteur musical canadien. En excluant les répondantes qui ne savent pas ou ne répondent pas (2 %), c'est donc plus de la moitié (57 %) qui ne peut s'y consacrer à 100 %.

**Figure 3 — Proportion du temps de travail consacré aux activités dans l'industrie musicale canadienne**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



La proportion de répondantes qui s’y consacrent à 100 % est statistiquement plus faible dans la francophonie canadienne (n : 67), où elle passe à 25 %. Elle est également plus faible chez les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (24 %), **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48) (23 %), **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)** (n : 17) (12 %) et **Professionnelle des métiers techniques de l’industrie musicale** (n : 15) (7 %).

En revanche, la proportion de répondantes qui consacre 100 % de son temps de travail à l’ensemble de ses activités dans le secteur musical canadien est significativement plus importante pour les répondantes qui se trouvent à l’emploi régulier d’une organisation, que ce soit la leur ou celle d’un tiers. Il s’agit de celles dont le principal statut professionnel est **Propriétaire d’entreprise** (n : 68) (66 %), **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) (58 %) et **Autre employée** (n : 144) (63 %).

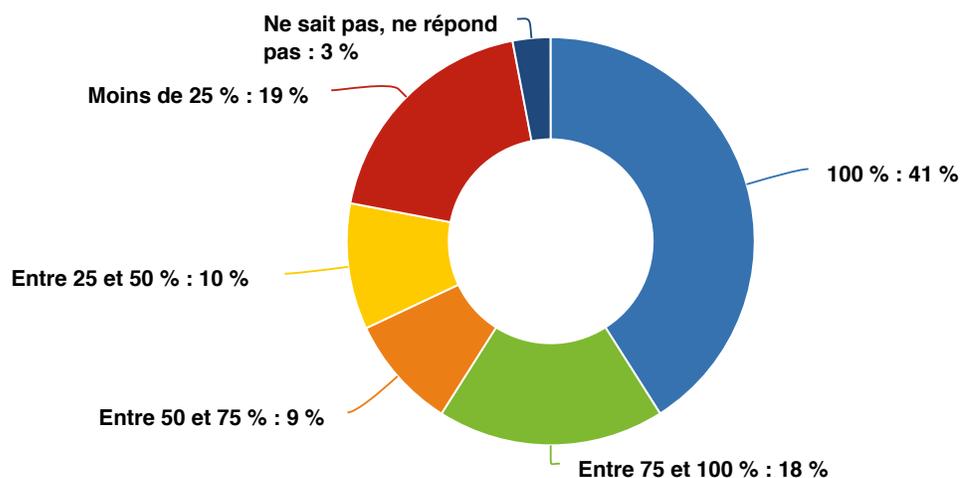
Ces données sont cohérentes avec celles sur la proportion de revenus que représente l’ensemble des occupations dans l’industrie musicale canadienne, comme l’illustre la **figure 4**. Ce sont encore 41 % des répondantes qui tirent 100 % de leurs revenus de leurs occupations dans ce secteur. En excluant les répondantes qui ne savent pas ou ne répondent pas (3 %), c’est donc plus de la moitié (56 %) qui ne peut en tirer 100 % de ses revenus.

**Figure 4 — Proportion des revenus de travail tirés des activités dans l’industrie musicale canadienne**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QA7 Dans une année moyenne, quelle proportion de vos revenus de travail représente l’ensemble de vos occupations dans l’industrie musicale canadienne?

(n : 591)



La proportion de répondantes qui tire 100 % de ses revenus de travail de ses occupations dans l'industrie musicale canadienne est significativement moins importante pour les répondantes qui s'identifient comme membres d'une minorité visible (n : 41) (22 %) et pour les répondantes de la francophonie canadienne (n : 67) (21 %). Elle est aussi significativement moins importante pour les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (23 %), **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)** (n : 17) (12 %), **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48) (21 %) et **Professionnelle des métiers techniques** (n : 15) (13 %). Les répondantes qui s'identifient comme membres d'une minorité visible (n : 41) ainsi que celles de la francophonie canadienne (n : 67) sont aussi celles qui dans la plus grande proportion tirent moins du quart de leurs revenus de travail de leurs occupations dans l'industrie musicale canadienne. Elles sont respectivement 27 % et 30 % à en tirer moins du quart, par rapport à 19 % pour l'ensemble des répondantes.

En revanche, la proportion de répondantes qui tire 100 % de ses revenus de travail est significativement plus importante pour les répondantes qui se trouvent à l'emploi régulier d'une organisation, que ce soit la leur ou celle d'un tiers, soit celles dont le principal statut professionnel est **Propriétaire d'entreprise** (n : 68) (59 %), **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) (62 %) et **Autre employée** (n : 144) (69 %).

La plus grande difficulté des artistes (toutes professions artistiques confondues) et des répondantes de la francophonie canadienne à consacrer 100 % de leur temps à leurs activités professionnelles dans le secteur musical et à en tirer 100 % de leurs revenus s'explique notamment par le manque de travail permanent. En effet, 40 % des **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes** (n : 48) citent le manque de travail permanent comme principale barrière à l'avancement de leur carrière<sup>12</sup>, de même que 40 % des répondantes de l'Ouest (n : 25) et 40 % des répondantes de l'Ontario (n : 15), par contraste avec 21 % pour l'ensemble des répondantes (voir **figure 12** dans la section 4.2).

D'ailleurs, bien gagner sa vie en musique et pouvoir s'y consacrer est la troisième ambition la plus souvent citée en réponse à une question demandant aux répondantes leurs ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone<sup>13</sup>, comme le montre la **figure 5**. Cette ambition était présente dans 22 % de l'ensemble des réponses (n : 444), mais se retrouvait davantage dans les réponses des répondantes dont le statut professionnel principal est **Professionnelle des métiers techniques** (n : 12) (42 %), **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 39) (36 %) et **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 185) (30 %). Elles mentionnent, par exemple, l'ambition de « gagner sa vie comme autrice-compositrice-interprète », de « vivre aisément » de la musique, d'en « vivre de manière décente », « pas précaire », « à temps plein », « sans avoir à faire mille et un autres contrats à côté pour pouvoir exercer mon métier ».

### Que retenir de la possibilité de se consacrer à sa carrière et d'en tirer ses revenus

**Moins de la moitié (41 %) des répondantes consacrent 100 % de leur temps et tirent 100 % de leurs revenus de leurs activités professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone. En outre, il s'avère plus difficile de se consacrer à 100 % à ces activités et d'en tirer 100 % de ses revenus pour les Artistes (toutes professions artistiques confondues), les Professionnelles des métiers techniques, les répondantes de la francophonie canadienne et celles qui s'identifient comme membres d'une minorité visible. Pour les répondantes de l'Ouest, de l'Ontario ainsi que pour les Musiciennes instrumentistes et/ou choristes, cela s'explique principalement par le manque de travail permanent. Bien gagner sa vie en musique et pouvoir s'y consacrer est d'ailleurs la troisième ambition professionnelle la plus souvent citée par l'ensemble des répondantes.**

12. Quelles sont les barrières les plus importantes que vous rencontrez dans l'avancement de votre carrière ? Base : ensemble des répondantes, n : 591.

13. Quelles sont vos ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone ? Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 444.

### Figure 5 — Ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone

Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 444. Plusieurs réponses possibles.

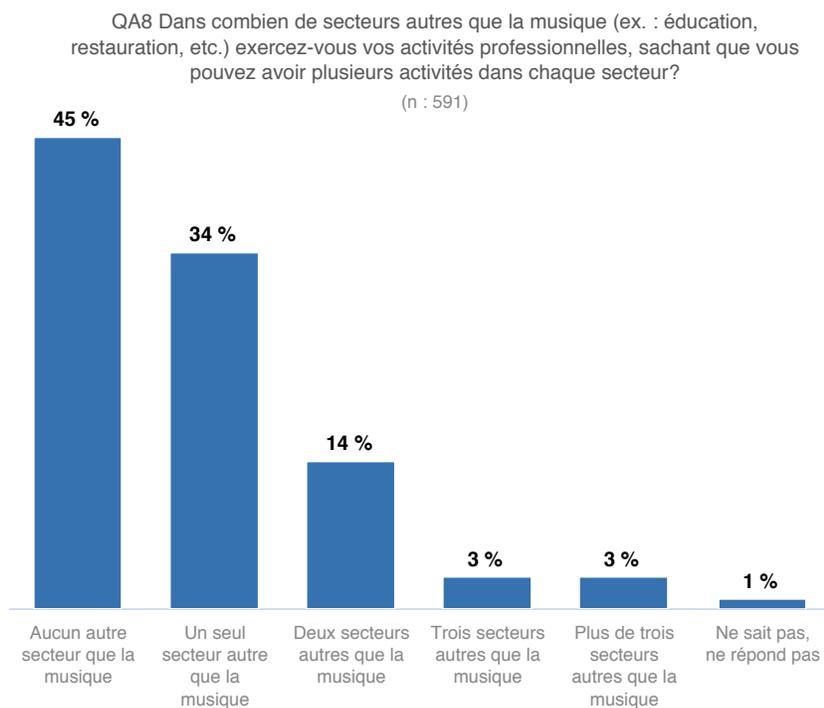
Ambitions professionnelles	%
Enrichir ses activités artistiques	27
Participer à la structuration de son secteur et prendre part aux décisions	23
Bien gagner sa vie en musique et pouvoir s'y consacrer	22
Pouvoir progresser dans sa carrière	20
Obtenir de la reconnaissance	19
Lancer son entreprise/gérer sa carrière	10
Développer sa carrière à l'international	7
Avoir une carrière durable	6
Développer son réseau	1
Aucune ambition particulière	8

#### ŒUVRER DANS PLUSIEURS SECTEURS POUR DES RAISONS FINANCIÈRES ET NON PAR CHOIX

Travailler dans d'autres secteurs pour parvenir à gagner sa vie est en effet assez répandu parmi les répondantes à notre questionnaire, comme le montre la **figure 6**. Lorsqu'on isole les 45 % de répondantes qui n'ont à exercer dans aucun autre secteur (en plus grande proportion des répondantes qui se trouvent à l'emploi régulier d'une organisation, que ce soit la leur ou celle d'un tiers) et le 1 % de répondantes qui ne savent pas ou ne répondent pas, ce sont 54 % des répondantes qui doivent exercer des activités professionnelles dans un ou plusieurs autres secteurs que la musique.

**Figure 6 — Proportion de répondantes qui exercent dans un autre ou d'autres secteurs que la musique**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



La proportion de répondantes qui exerce uniquement dans le secteur de la musique est d'ailleurs significativement moins élevée chez les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (27 %), **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)** (n : 17) (18 %) et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48) (21 %). Elle est également moins élevée chez les répondantes qui s'identifient comme membres d'une minorité visible (n : 41) (27 %) et chez les répondantes de la francophonie canadienne (n : 67) (19 %).

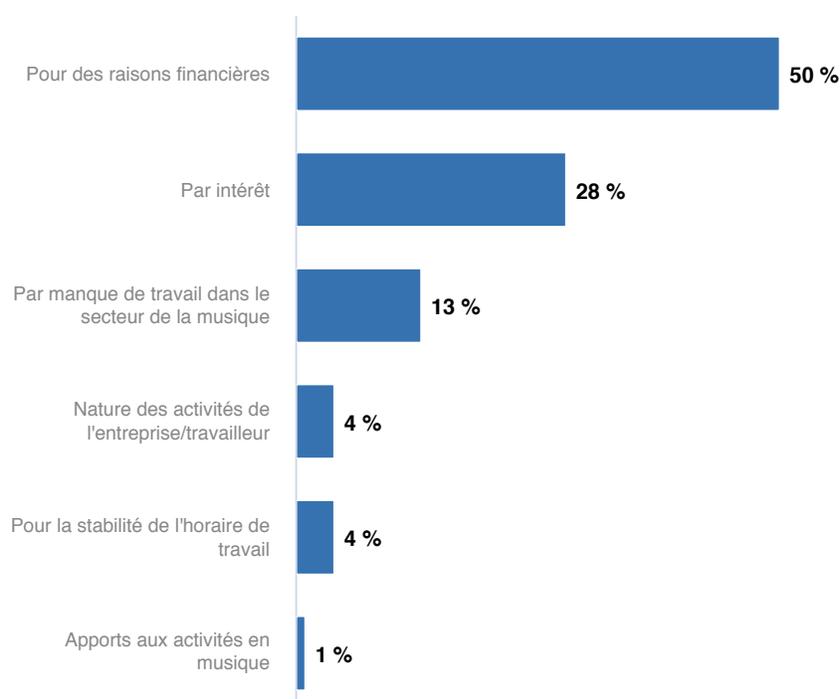
De plus, les proportions de répondantes qui exercent dans trois secteurs autres que la musique et dans plus de trois secteurs autres que la musique sont établies à 3 % chacune pour l'ensemble de répondantes, comme le montre la **figure 6** ci-dessus. Cependant, cette proportion est significativement plus élevée chez les répondantes de la francophonie canadienne (n : 67) qui, en proportion de 25 %, exercent dans trois secteurs ou dans plus de trois secteurs autres que la musique.

Lorsqu'on demande à celles qui exercent dans un autre ou dans d'autres secteurs que la musique la raison principale pour laquelle elles le font (n : 318), elles répondent en proportion de 50 % que c'est pour des raisons financières et en proportion de 13 % que c'est par manque de travail dans le secteur de la musique, comme le montre la **figure 7**.

### Figure 7 — Raison principale d'exercer des activités dans un autre ou d'autres secteurs

Base : répondantes ayant répondu exercer dans un autre ou dans d'autres secteurs que la musique, n : 318.

QA9 Quelle est la raison principale pour laquelle vous exercez des activités professionnelles dans un autre ou dans d'autres secteurs que la musique?  
(n : 318)



Ensuite, ce sont 28 % des répondantes à cette question qui exercent des activités professionnelles dans un autre ou dans d'autres secteurs que la musique par intérêt. Il faut cependant noter que la proportion de ces répondantes qui le fait par intérêt est significativement moins élevée pour les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 161) (22 %).

C'est le signe que les répondantes à cette question dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** exercent dans d'autres secteurs par nécessité, parce que leurs activités ne rapportent pas assez d'argent pour subvenir à leurs besoins. Cependant, elles ne le feraient pas et se consacraient davantage à leur musique si elles avaient le choix. En réponse à une question sur leurs ambitions professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone (voir **figure 5**), elles sont d'ailleurs nombreuses à soulever l'ambition de « ne plus avoir à travailler dans d'autres domaines », de « pouvoir consacrer tout [leur] temps à la musique » et de pouvoir tirer assez de revenus de leurs activités musicales pour « ne plus devoir avoir d'emplois alimentaires ».

### Que retenir du fait d'œuvrer dans plusieurs secteurs

**Plus de la moitié (54 %)** des répondantes doit exercer des activités professionnelles **dans un ou plusieurs autres secteurs que la musique**. Ce sont les répondantes qui s'identifient comme **membres d'une minorité visible**, celles de la **francophonie canadienne** et les répondantes dont le principal statut professionnel est **artiste** (toutes professions artistiques confondues) qui doivent **en plus grande proportion** s'investir dans un autre ou dans d'autres secteurs que la musique, et ce, **en majorité pour des raisons financières**. Ces répondantes peuvent donc **moins s'investir pleinement dans leurs activités professionnelles** du secteur musical, bien qu'elles soient nombreuses à en avoir l'ambition.



## POUVOIR UTILISER CE QU'ON A APPRIS DANS SES ÉTUDES

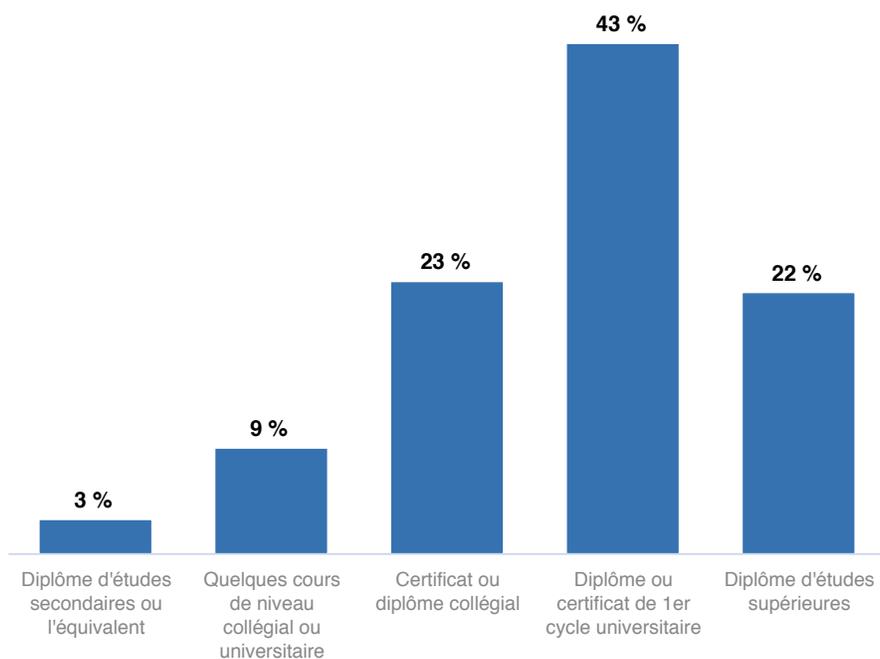
Le questionnaire nous a dévoilé un bassin de répondantes très scolarisées. Une question demandant d'indiquer le plus haut diplôme, certificat ou grade possédé ou complété nous révèle que le taux de répondantes détenant un diplôme ou certificat de 1<sup>er</sup> cycle universitaire ou un diplôme d'études supérieures est de 65 %, comme le montre la **figure 8**.

### Figure 8 — Niveau de scolarité des répondantes

Base : ensemble des répondantes, sans la non-réponse, n : 573.

QA10 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous possédez ou avez complété?

(n : 573)



Par contraste, dans la population canadienne en général, en 2016, 30,9 % de la population de sexe féminin de 25 ans et plus avait un certificat, diplôme ou grade universitaire au niveau du baccalauréat ou supérieur (et 28 % au Québec) (Statistique Canada, 2016). Au Québec, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) souligne que les femmes et les hommes travaillant dans les professions culturelles, qu'elles et ils exercent ou non une profession artistique, ont un niveau de scolarité supérieur à celui de l'ensemble de la population active expérimentée. En effet, 48 % détiennent un diplôme équivalent ou supérieur au baccalauréat, alors que dans l'ensemble de la population active expérimentée, le quart des personnes qui travaillent ont un diplôme de ce niveau (25 %) (Danvoye, 2018). Cette proportion s'approche du niveau de scolarité des répondantes à cette question, qui demeure supérieure de 17 %. Le taux de 65 % de diplomation universitaire des répondantes de l'industrie musicale canadienne francophone est aussi supérieur au taux de 54 % de femmes œuvrant dans l'industrie musicale ontarienne qui détiennent au moins un grade de 1<sup>er</sup> cycle universitaire (*undergraduate degree*), selon une étude menée en anglais en 2015 (Nordicity, 2015, p. 25).

Or, lorsqu'on demande aux répondantes à notre questionnaire d'indiquer, sur une échelle de 1 à 7 (1 = pas du tout; 4 = moyennement; 7 = extrêmement), dans quelle mesure elles peuvent utiliser ce qu'elles ont appris dans leurs études dans le cadre de leurs activités professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone, on obtient une moyenne de 4,5. Cela signifie que, compte tenu du haut niveau de scolarité de nos répondantes, elles ne semblent pouvoir utiliser que modérément leurs connaissances dans leur travail.

Les répondantes dont le principal statut professionnel est **Autre employée** (n : 142), chez lesquelles la proportion de diplômes ou certificats de 1<sup>er</sup> cycle universitaire est parmi les plus élevées (55 %), indiquent en moyenne utiliser le moins ce qu'elles ont appris dans leurs études (moyenne de 4,1). De plus, ce sont les répondantes œuvrant dans les organisations/entreprises dont l'activité principale est **Maison de disques et production d'enregistrements sonores** (n : 75) qui indiquent en moyenne pouvoir utiliser le moins ce qu'elles ont appris dans leurs études (moyenne de 3,8).

En revanche, les répondantes dont le principal statut professionnel est **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 47) et **Professionnelle des métiers techniques** (n : 15) sont celles qui en moyenne estiment utiliser le plus ce qu'elles ont appris dans leurs études (moyennes de 5,2 et 5,3 respectivement).

### Que retenir de ce que les répondantes peuvent utiliser de leurs études

**Parmi les répondantes au questionnaire, 65 % détiennent un diplôme ou certificat de 1<sup>er</sup> cycle universitaire ou supérieur.** Il s'agit d'un bassin de répondantes très scolarisées car, par contraste, dans la population canadienne en général, 30,9 % de la population de sexe féminin de 25 ans et plus détient un certificat, diplôme ou grade universitaire au niveau du baccalauréat ou supérieur (et 28 % au Québec), selon les dernières données disponibles (Statistique Canada, 2016). Nos répondantes estiment dans l'ensemble pouvoir moyennement utiliser ce qu'elles ont appris dans leurs études dans le cadre de leurs activités professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone. Les **Autres employées** et les répondantes œuvrant dans les organisations/entreprises dont l'activité principale est **Maison de disques et production d'enregistrements sonores** sont celles qui affirment en moyenne utiliser **le moins** ce qu'elles ont appris dans leurs études. Par contraste, les **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes** et les **Professionnelles des métiers techniques** soutiennent en moyenne utiliser **le plus** ce qu'elles ont appris dans leurs études.

## LA SATISFACTION QUANT À L'AVANCEMENT DE LA CARRIÈRE

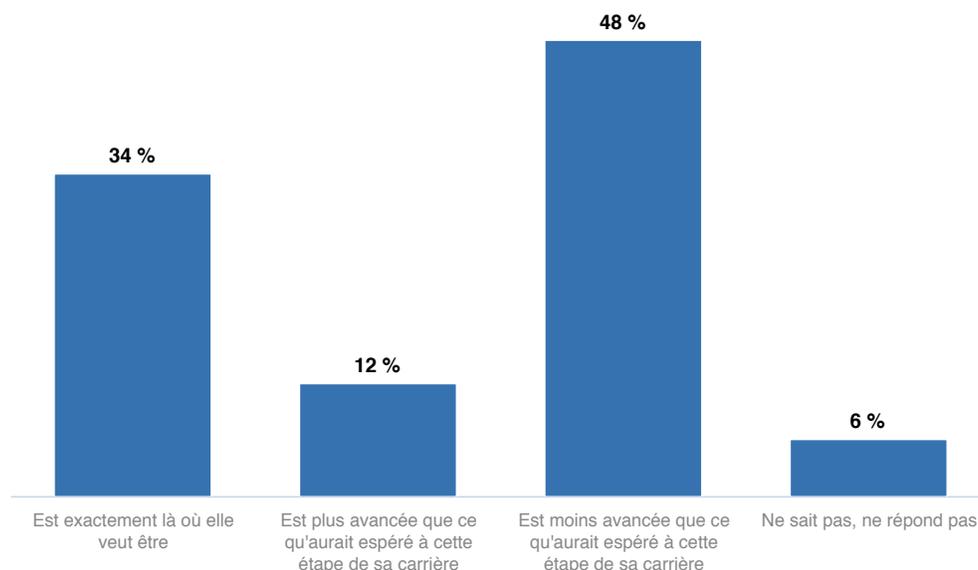
En complément de leurs conditions socioéconomiques et de leur possibilité de mettre à profit ce qu'elles ont appris lors de leurs études dans le cadre de leurs activités professionnelles, nous avons demandé à l'ensemble des répondantes au questionnaire de qualifier leur satisfaction à l'égard de l'avancement de leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone, comme le montre la **figure 9**.

**Figure 9 — Satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QE1 Parmi les choix suivants, comment qualifiez-vous aujourd'hui votre satisfaction à l'égard de l'avancement de votre carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone?

(n : 591)



De l'ensemble des répondantes, 34 % se disent exactement là où elles veulent être. Or, la proportion de répondantes qui se déclare être exactement là où elle veut être est significativement plus élevée chez les répondantes dont le principal statut professionnel est **Propriétaire d'entreprise** (n : 68) (54 %), suivie de **Haute-dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) (49 %), puis de **Autre employée** (n : 144) (42 %).

Ensuite, 12 % se disent plus avancées que ce qu'elles auraient espéré à cette étape de leur carrière. Parmi celles-ci, les répondantes dont le principal statut professionnel est **Haute-dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) se distinguent, car lorsqu'on les isole, c'est dans une proportion de 24 % qu'elles se disent plus avancées que ce qu'elles auraient espéré.

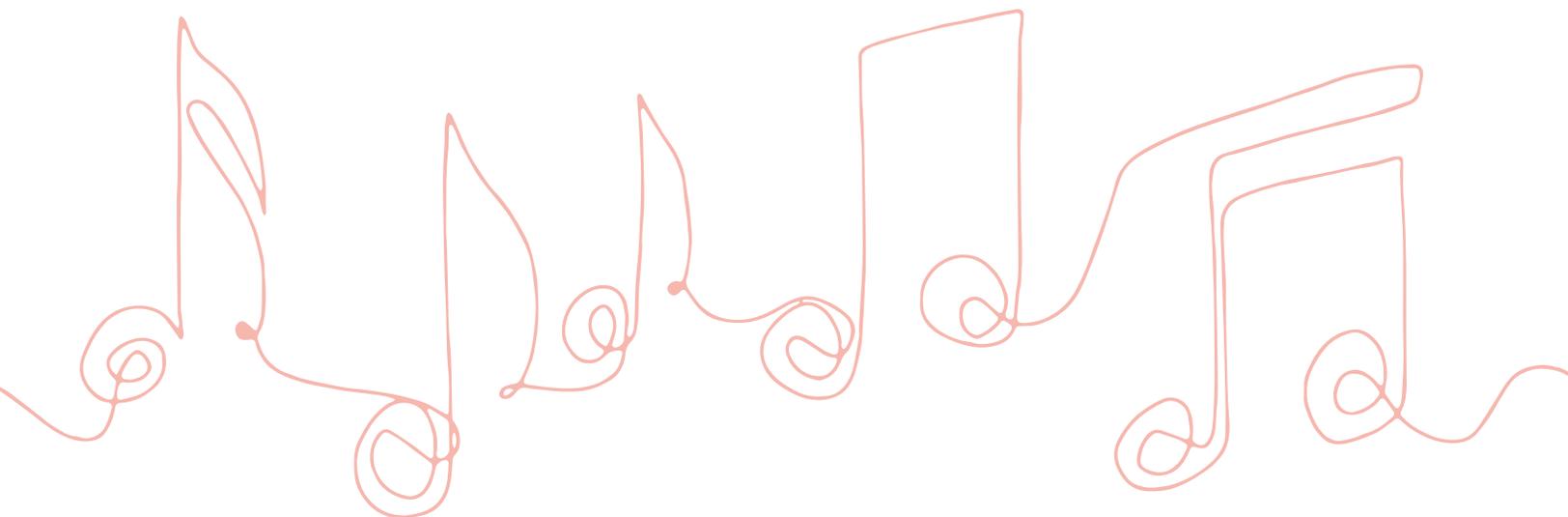
## Que retenir de la satisfaction quant à l'avancement de la carrière

Les répondantes dont le principal statut professionnel est **Propriétaire d'entreprise** et **Haute-dirigeante ou cadre supérieure** sont celles qui témoignent le **plus de satisfaction** quant à l'avancement de la carrière. En revanche, les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** sont celles qui témoignent le **plus d'insatisfaction**. Cette insatisfaction apparaît exercer un **impact sur le fait de songer à abandonner sa carrière**.

Enfin, 48 % des répondantes se disent moins avancées que ce qu'elles auraient espéré à cette étape de leur carrière. La proportion de participantes ayant donné cette réponse est significativement plus élevée chez celles dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221). En effet, 70 % de ces artistes se disent moins avancées que ce qu'elles auraient espéré à cette étape de leur carrière. L'évaluation du niveau d'avancement dans sa carrière repose sur l'interprétation que s'en fait chaque individu, mais il reste que ce sentiment s'avère particulièrement répandu parmi les répondantes de cette catégorie.

De plus, en croisant ces réponses aux réponses à une question demandant aux répondantes si elles avaient déjà songé à abandonner leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone<sup>14</sup>, on constate que 71 % des répondantes ayant indiqué être moins avancées que ce qu'elles auraient espéré à cette

étape de leur carrière (n : 284) ont déjà songé à abandonner leur carrière. En guise de validation, on observe que l'insatisfaction quant à l'avancement de sa carrière est la quatrième raison la plus citée par les répondantes à une question complémentaire portant sur les principales raisons qui les ont fait songer à abandonner leur carrière, donnée par 36 % des 351 répondantes à cette question (voir **figure 26** dans la sous-section 4.3.5). Il apparaît donc important de mieux comprendre les sources de cette insatisfaction.



14. Avez-vous déjà songé à abandonner votre carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone? Base : ensemble des répondantes, n : 591.

## FACTEURS INFLUENÇANT LA SATISFACTION QUANT À L'AVANCEMENT DE LA CARRIÈRE

Nous avons croisé par régressions linéaires<sup>15</sup> la variable de la satisfaction quant à l'avancement de la carrière avec d'autres variables continues (des variables se répondant sur une échelle d'intensité allant de 1 à 7 ou sur une échelle de fréquence allant de 1 à 5). Cela nous a permis d'obtenir des pistes quant à ce qui influence cette satisfaction. Selon ces calculs, on retient que :

Les répondantes exprimant un faible sentiment d'exercer du leadership (soit les réponses 1, 2 et 3 sur 7) rapportent des niveaux plus faibles de satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière (coefficient de - 32,1).

Les répondantes qui sentent souvent ou toujours qu'une opportunité de travail dans l'industrie musicale francophone leur est inaccessible en raison de leur genre (soit les réponses 4 et 5 sur 5) rapportent des niveaux plus faibles de satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière (coefficient de -17).

En revanche, les répondantes estimant que leurs difficultés en matière de conciliation travail-famille sont grandement prises en compte dans leur environnement de travail (soit les réponses 6 et 7 sur 7) rapportent des niveaux plus élevés de satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière (coefficient de 36,9);

Le sentiment d'exercer du leadership fait l'objet de la sous-section suivante afin de mettre en valeur la diversité des formes que prend le leadership des femmes dans le secteur musical canadien francophone. Quant au sentiment d'inaccessibilité des opportunités de travail en raison du genre, il fera l'objet de la section 4.2. Enfin, les difficultés liées à la conciliation travail-famille seront définies dans la sous-section 4.3.2.

### Que retenir des facteurs influençant la satisfaction quant à l'avancement de la carrière

La **prise en compte des difficultés liées à la conciliation travail-famille** semble pouvoir **influencer positivement la satisfaction** quant à l'avancement de la carrière. En revanche, un **faible sentiment d'exercer du leadership** et une **fréquence élevée du sentiment que des opportunités de travail sont inaccessibles en raison du genre** semblent **accroître l'insatisfaction** quant à l'avancement de la carrière.

15. La régression linéaire est un calcul visant à établir une relation linéaire entre des variables : une variable que l'on cherche à expliquer et d'autres variables dites explicatives. Dans ce cas, la variable de la satisfaction est la variable que l'on cherche à expliquer. Les autres variables ayant servi dans cette analyse sont les variables explicatives. On cherche à savoir si ces dernières peuvent participer à expliquer la satisfaction quant à l'avancement de la carrière. Bien que ces tentatives d'explication soient faiblement significatives (variance de 13,5%), elles donnent des pistes intéressantes quant à ce qui influence cette satisfaction.

### 4.1.2 — Exercer du leadership

Le sentiment d'exercer du leadership semble participer à la satisfaction quant à l'avancement de la carrière. L'ensemble des réponses visant à mesurer, sur une échelle de 1 à 7 (1 = pas du tout; 4 = moyennement; 7 = extrêmement), le sentiment d'exercer du leadership dans le cadre des activités professionnelles<sup>16</sup> a révélé une moyenne de 5,1 sur 7 chez l'ensemble des répondantes. Pour approfondir notre compréhension de l'exercice de leadership chez les femmes du secteur musical canadien francophone, nous abordons ci-dessous les formes qu'il prend, ce qui les motive et les limites que les répondantes rencontrent dans leur exercice.

#### LES FORMES D'EXERCICE DE LEADERSHIP DES FEMMES DANS LE SECTEUR MUSICAL

Nos groupes de discussion nous ont révélé que l'exercice de leadership par les femmes va bien au-delà d'activités reconnues, comme siéger à un conseil d'administration. Bien que cela fasse partie des activités par lesquelles certaines répondantes exercent du leadership, celui-ci s'exprime aussi au moyen d'activités informelles et parfois moins visibles, comme le résume une répondante : « regrouper des gens, partager les connaissances, organiser des événements pour promouvoir les artistes ». Ce peut aussi être de « parler dans les médias au nom des gens de l'industrie ». Pour certaines répondantes, ces activités les privent d'ailleurs de temps pour siéger à des conseils d'administration. Elles leur semblent cependant tout aussi importantes, en vertu des valeurs d'« entraide », de « communautarisme » et de « solidarité » qui les animent et de la façon différente dont elles exercent du leadership.

Leur leadership est souvent qualifié de « plus collaboratif », comme le soulignent plusieurs répondantes à une question ouverte du questionnaire sur les bénéfices associés à la présence des femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone<sup>17</sup>. En outre, la participation à la structuration de son secteur est la seconde ambition professionnelle la plus souvent citée, par 23 % des répondantes s'étant prononcée sur cette question (n : 444). Dans ces réponses, cette ambition prend la forme d'un désir d'offrir du mentorat, de partager ses connaissances, de contribuer au développement de son secteur, d'accroître la place des femmes dans celui-ci et de favoriser la promotion de la diversité, l'équité et le rayonnement de la culture canadienne francophone en général. Elle est particulièrement marquée chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Propriétaire d'entreprise** (n : 55) (38 %), **Haute-dirigeante ou cadre supérieure** (n : 38) (40 %), ainsi que dans la francophonie canadienne (n : 48) (35 %).

**Bâtir des regroupements** — Plusieurs répondantes racontent s'investir dans des comités de travail de leur province ou de leur secteur d'activités, afin de créer des regroupements formels ou informels de professionnelles et professionnels. Elles souhaitent que ces personnes puissent s'unir, mettre en commun des ressources, des solutions et se coordonner (par exemple en ce qui a trait aux programmations de différents festivals d'une même région). Ces regroupements participent aussi dans certains cas à créer des ponts entre les communautés anglophones, francophones et autochtones de certaines régions du Canada, exerçant ainsi un leadership dans les questions d'inclusion et de représentativité des minorités. Lorsqu'informels, ces regroupements souvent initiés sur des réseaux sociaux pour « se poser des questions » et « s'entraider » peuvent constituer le germe d'initiatives plus formelles et structurées.

16. En vous rapportant à vos expériences professionnelles des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), dans quelle mesure sentez-vous que vous exercez du leadership dans le cadre de vos activités professionnelles? Base : ensemble des répondantes, n : 591.

17. Quels sont, de votre perspective, les principaux bénéfices associés à la présence des femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone? Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 418.

Par exemple, des regroupements se forment pour parler de la réalité des femmes et des personnes de genre non conforme<sup>18</sup> qui travaillent en musique au Québec, comme le groupe privé Facebook F\*EM (Femmes\*<sup>19</sup> en musique), qui comptait près de 1800 membres à l'hiver 2022. Le groupe se présente comme un lieu de communication, de rencontre, de soutien, de réflexion et d'action pour l'amélioration et l'évolution des F\*EM, mu par des valeurs d'équité, de justice, de solidarité, d'éducation et de visibilité. Il permet d'échanger sur les réalités des femmes\* en musique, de partager des offres d'emploi, des questionnements, des ressources et des annonces. Cependant, comme la décrivent des répondantes, il s'agit d'une page « informelle, que les filles mènent à bout de bras, de façon bénévole ». Il en va de même du réseau Women in Music Canada qui se décline en plusieurs chapitres au pays, dont un à Montréal. Le réseau vise à accroître la reconnaissance des femmes en musique, à changer les perceptions et à mettre en avant leur musique, au moyen d'activités de réseautage ouvertes aux personnes de toutes les identités de genre, notamment. Mentionnons aussi Shesaid.so Montréal, la branche locale fondée en 2021 « d'un réseau international de personnes créatives et entrepreneur.es dans l'industrie de la musique » (Shesaid.so, 2021). Le réseau vise « la création d'opportunités, de dialogue et d'un espace pour les femmes et leurs alliés.es » (Shesaid.so, 2021). Ces initiatives entièrement bénévoles et soutenues par des fonds personnels sont menées par des femmes qui, dans certains cas, occupent déjà des emplois à temps plein dans l'industrie musicale canadienne.

**Répondre à des questions et offrir du mentorat** – De nombreuses femmes estiment qu'elles exercent leur leadership dans l'industrie musicale canadienne francophone en transmettant leurs connaissances, leur expérience et leurs contacts. En groupes de discussion, des artistes, des entrepreneures, des cadres supérieures et hautes dirigeantes parlent des diverses formes que prend cette transmission des connaissances. Cela peut consister à répondre à des questions ponctuelles jusqu'à des formes plus organisées de mentorat et de formation de la relève. Par exemple, des répondantes racontent recevoir des courriels ou des appels de pairs de leur secteur qui leur posent des questions, « autant des questions logistiques que de RH, n'importe quoi », comme le relate une répondante. Elle précise prendre toujours le temps « de les coacher », « de répondre à leurs questions », parce qu'elle trouve important d'aider la relève de sa région à grandir. Des artistes autoproductrices relatent dans le même sens en être venues, à mesure qu'elles acquéraient de l'expérience dans la production de leur propre musique, à « offrir de plus en plus de mentorat informel pour de jeunes femmes qui commençaient en musique et qui voulaient avoir juste des conseils de comment ça fonctionnait ».

Dans certains cas, cette disponibilité à répondre à des questions peut prendre la forme d'un mentorat plus soutenu. Des entrepreneures et cadres supérieures d'expérience parlent d'ailleurs de ce mentorat comme d'une façon de former la « nouvelle génération » d'entrepreneures dans des secteurs où les femmes sont sous-représentées ou encore dans certaines communautés francophones en situation minoritaire où les infrastructures professionnelles manquent. Des entrepreneures ayant reçu du mentorat de celles qui les ont précédées se disent habitées d'un désir de « redonner », « de se soucier de la relève entrepreneuriale », « d'injecter quelque chose dans tout ce qui est l'entrepreneuriat féminin dans l'industrie musicale ».

Certaines offrent même des ateliers dans les écoles pour partager leur parcours, leur expérience et leurs connaissances, afin d'encourager les jeunes « à rêver en français, peu importe le rêve, que ce soit en musique ou ailleurs » ainsi que pour offrir de l'aide à celles et ceux qui veulent envisager une carrière en musique.

Pour chacune, offrir du mentorat est aussi une façon d'entretenir et de perpétuer une culture de l'entraide de laquelle elles vont tirer profit dans un secteur en évolution : « C'est [tirer profit de] ça et de développer ces réseaux, de savoir que je peux appeler du monde, à brûle-pourpoint, et qu'on va me répondre pour des conseils ».

18. Dans une société donnée, les personnes de genre non conforme sont celles qui s'écartent de ce qui est culturellement associé au sexe assigné à la naissance d'une personne (Gouvernement du Canada, s.d.)

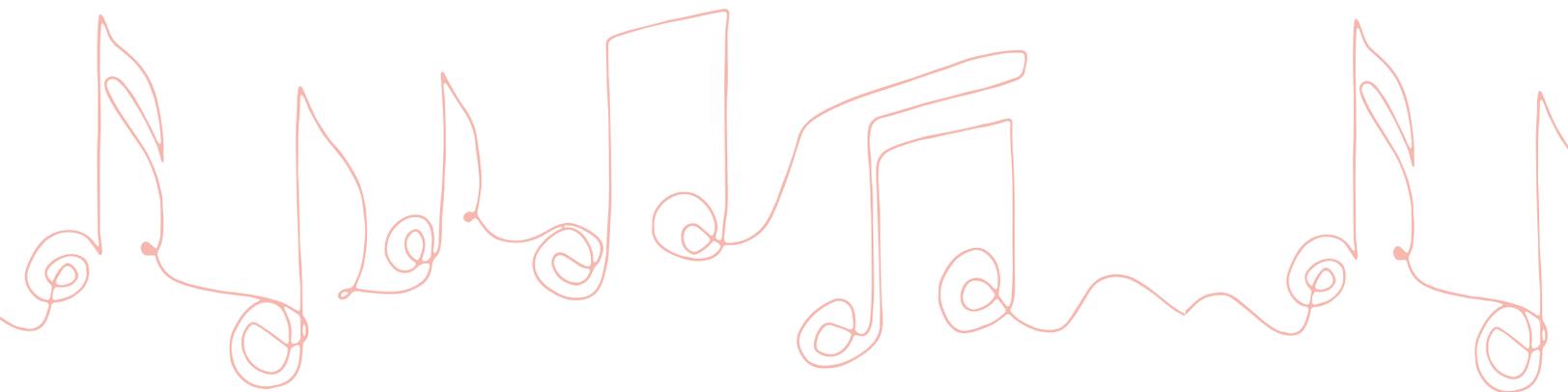
19. La graphie « femmes\* » est utilisée par certains groupes pour désigner à la fois les femmes et les personnes de genre non conforme. Elle se lit aussi sous l'acronyme F\*EM.

## Que retenir des formes d'exercice de leadership

L'exercice du leadership des femmes dans le secteur musical canadien francophone prend **une diversité de formes**. Elles reflètent le fait que **la seconde ambition la plus souvent citée** par les répondantes au questionnaire consiste à **participer à la structuration de son secteur**. En plus d'activités plus formelles comme siéger sur des conseils d'administration, leur leadership inclut des activités moins formelles et parfois moins reconnues, comme **bâtir des regroupements professionnels, répondre à des questions et offrir du mentorat**. Ces activités permettent aux femmes de **transmettre leurs connaissances, leur expérience, leurs contacts**, ainsi que de **former et inspirer la relève**, entre autres. Ces activités **souvent bénévoles** s'appuient sur des **valeurs d'entraide et de solidarité** qui participent à construire une industrie dans laquelle elles estiment pouvoir mieux s'épanouir.

## LES LIMITES DU BÉNÉVOLAT

Comme indiqué précédemment, la plupart de ces formes d'exercice de leadership sont entièrement bénévoles et s'ajoutent à la charge régulière de travail rémunéré ainsi que, dans certains cas, à la conciliation travail-vie personnelle déjà difficile, comme il en sera question plus loin (section 4.3). C'est pourtant par ces formes d'exercice de leadership que se transmet une grande part des connaissances en matière de gestion et d'entrepreneuriat dans le secteur musical canadien francophone. Les répondantes qui offrent du mentorat déplorent de ne pas pouvoir consacrer autant de temps qu'elles le souhaiteraient à cette activité, compte tenu des connaissances qu'elles souhaitent transmettre et des besoins qui leur sont exprimés. Les personnes qui les approchent pour ce mentorat se sentent aussi mal à l'aise de les déranger pour obtenir des réponses à leurs questions, sachant que ces bénévoles sont déjà très occupées par leurs tâches quotidiennes. Les répondantes qui offrent du mentorat expriment ainsi se sentir limitées par le manque de financement de cette activité de passation des connaissances. Elles soulignent l'existence de programmes pour financer la passation des connaissances artistiques, mais ne pas trouver autant de soutien, notamment financier, à la passation des connaissances en gestion et en entrepreneuriat. Or, elles estiment que le mentorat s'avère la méthode la plus appropriée pour transmettre ces connaissances de façon personnalisée. Elles suggèrent que de formaliser ce mentorat faciliterait cette passation des connaissances. Des moyens de ce faire sont développés dans la partie 5.



Dans le même ordre d'idées, les regroupements mentionnés précédemment, comme F\*EM en musique, Women in Music Montreal et Shesaid.so, sont à l'origine de plusieurs initiatives de réseautage, de rencontres, de promotion, de sensibilisation, de transmission des connaissances et de répertoires de femmes en musique. Cependant, ces initiatives se trouvent limitées par le caractère bénévole de ces activités. Comme le soulignent des répondantes : « Le poids [de ces réseaux] repose beaucoup sur des femmes qui décident de partir des organisations comme ça, qui sont bénévoles et qui font ça sur leurs heures personnelles, qui n'ont aucun financement, aucun employé, aucune ressource pour mettre en place des initiatives, des rencontres ». Une répondante suggère que « si on pouvait soutenir ces organisations-là plus activement, leur offrir des ressources humaines pour orchestrer le travail, ça aurait un plus grand impact ».

Les répondantes expriment ainsi le souhait que soient valorisées ces différentes formes d'exercice du leadership qui participent à la passation des connaissances, à la construction de réseaux structurants dans le secteur musical canadien francophone et à la satisfaction des femmes qui y œuvrent.

### Que retenir des limites du bénévolat

Plusieurs répondantes soutiennent que ces formes d'exercice du leadership, souvent bénévoles, gagneraient à bénéficier d'un **meilleur soutien** pour déployer tout leur potentiel en matière de **passation des connaissances** et de **structuration de l'industrie**, afin de favoriser la satisfaction des femmes qui y œuvrent. Elles soulignent l'existence de programmes pour financer la passation des connaissances artistiques, mais ne pas trouver autant de soutien, notamment financier, à **la passation des connaissances en gestion et en entrepreneuriat**. Or, elles estiment que la **transmission personnalisée et sur mesure** que permet le mentorat s'avère la plus appropriée pour ces connaissances.

#### 4.1.3 — Entreprendre

De l'ensemble de nos répondantes au questionnaire (n : 591), 46 % ont déjà lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone, que ce soit une entreprise individuelle, une compagnie ou une société de personnes.

#### PROFIL DES RÉPONDANTES AYANT LANCÉ UNE ENTREPRISE

La proportion de répondantes ayant lancé une entreprise augmente en continu avec l'âge, passant de **20 %** chez les **18-24 ans** à **58 %** chez les **45-54 ans** et à **74 %** chez les **55 ans ou plus**. De plus, elle semble augmenter en continu avec l'expérience, passant de **15 %** et **30 %** chez les répondantes qui œuvrent dans ce secteur depuis respectivement **1 à 2 ans** et **3 à 5 ans**, à **55 %** pour celles qui y œuvrent depuis **11 à 20 ans** et à **69 %** depuis **plus de 20 ans**.

La proportion de répondantes ayant lancé une entreprise est significativement plus élevée chez les répondantes qui sont mères d'enfant(s) à charge<sup>20</sup> (n : 183) (57 %). Certaines de ces répondantes soulignent la flexibilité qui vient avec le fait d'avoir leur propre entreprise. Cette flexibilité leur permet plus facilement de concilier le travail et la famille que certains emplois. Cela nuance les résultats d'études menées dans d'autres secteurs culturels,

20. Nous désignons dans ce rapport par l'expression « mère d'enfant(s) à charge » les répondantes qui avaient au moment de répondre au questionnaire ou dans les cinq années précédentes un ou des enfants à charge. Elles représentent 183 répondantes, soit 31% de l'ensemble des répondantes au questionnaire (n : 591), comme il en sera question dans la section 4.3.2.

où le manque de flexibilité pour la conciliation travail-famille apparaît affecter davantage la carrière des femmes que celle des hommes, peu importe le statut professionnel. Ce manque de flexibilité conduit les femmes à quitter les professions de ces secteurs, faute de possibilités de les réconcilier avec les soins à leur famille, qui pèseraient davantage sur elles (Martin *et al.*, 2020; Miller, 2016; Wing-Fai *et al.*, 2015). Or, dans le cadre de notre étude, l'entrepreneuriat semble une voie que les femmes empruntent pour assurer cette conciliation. La flexibilité offerte par l'entrepreneuriat participerait même à attirer certaines femmes dans cette activité professionnelle. À titre d'exemple, une répondante devenue entrepreneure après avoir été employée dans une entreprise musicale raconte qu'avec ses jeunes enfants, elle trouvait cela « plus simple [...] de partir à mon compte, de prendre les décisions [...] de pouvoir faire mon horaire et de gérer mes enfants. C'est un peu ça le déclic ».

La proportion de répondantes ayant lancé une entreprise est aussi significativement plus élevée chez les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (59 %). Les répondantes de cette catégorie sont donc nombreuses à entreprendre. Étant donné que 44 % de ces répondantes déclarent aussi faire de la production d'enregistrements sonores, il est possible de croire que leur entreprise sert dans plusieurs cas à encadrer cette activité. D'ailleurs, à une question ouverte sur leurs ambitions professionnelles, plusieurs de ces répondantes expriment l'ambition d'être reconnues à la fois comme artistes et comme entrepreneures qui gèrent leur propre carrière artistique et accompagnent d'autres artistes dans certains cas.

## Portrait des entrepreneures

**Près de la moitié (46 %) des répondantes au questionnaire ont déjà lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone.** Cette proportion s'accroît avec l'âge et le nombre d'années d'expérience dans cette industrie, allant jusqu'à 74 % chez les 55 ans et plus. La proportion d'entrepreneures est également plus élevée chez les répondantes qui sont **mères d'enfant(s) à charge**, notamment pour la **flexibilité** qu'offre l'entrepreneuriat. La proportion d'entrepreneures est aussi plus élevée chez les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** qui prennent ainsi les moyens de **produire leurs enregistrements**, de **gérer leur propre carrière** et, dans certains cas, d'**encadrer la carrière d'autres artistes**.

## LES MOTIVATIONS À ENTREPRENDRE

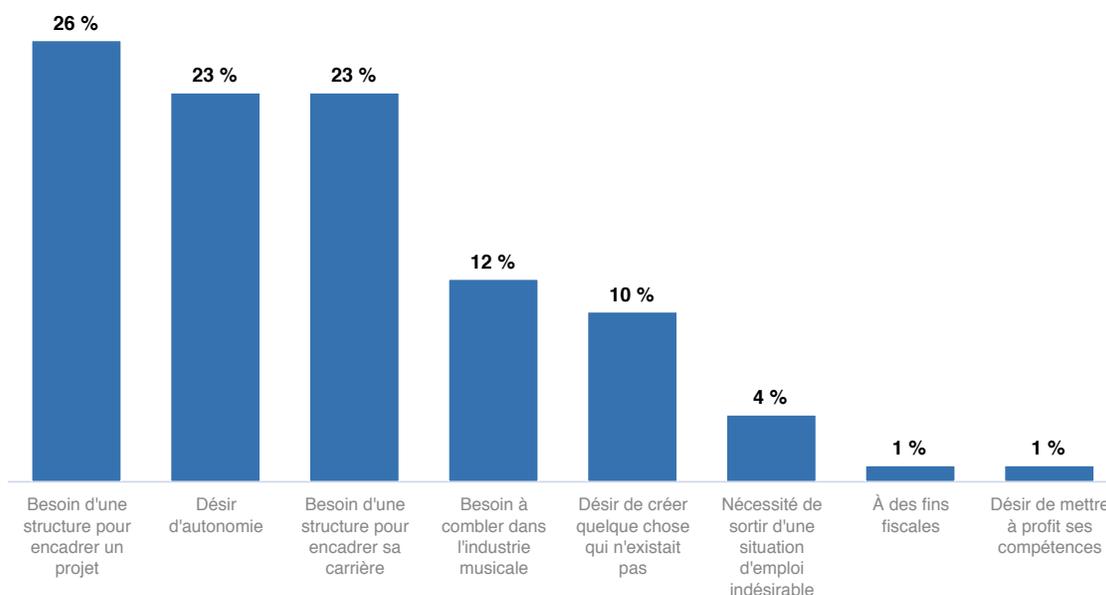
Quand on demande aux répondantes qui ont déjà lancé une entreprise (n : 269) ce qui les a principalement motivées à le faire, elles répondent dans une proportion de 26 % que c'est par besoin d'une structure pour encadrer un projet. Puis, dans des proportions égales de 23 %, elles répondent que c'est par désir d'autonomie ou par besoin d'une structure pour encadrer leur carrière, comme le montre la **figure 10**. Le besoin d'une structure pour encadrer un projet témoigne d'un usage utilitaire de l'entreprise pour gérer les entrées et sorties d'argent, sur une base ponctuelle. Il se distingue en cela du besoin d'une structure pour encadrer l'évolution d'une carrière artistique, qui correspond à une démarche entrepreneuriale de plus longue haleine.

### Figure 10 — Motivations à lancer une entreprise

Base : répondantes ayant déjà lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone, n : 269.

QB2 En pensant à votre expérience la plus récente de lancement d'entreprise, qu'est-ce qui vous a principalement motivée à lancer cette entreprise?

(n : 269)



Le besoin d'une structure pour encadrer un projet se répartit assez également parmi les répondantes de toutes provenances et de toutes professions. En revanche, le désir d'autonomie ressort de façon plus importante chez les répondantes du Québec. De plus, le besoin d'une structure pour encadrer sa carrière et le besoin à combler dans l'industrie ressortent de façon plus importante dans les communautés francophones en situation minoritaire, en raison du manque d'infrastructures (p. ex. maisons de disques) dans l'industrie musicale de ces communautés.

**Un désir d'autonomie au Québec** — Nous avons approfondi en groupes de discussion le fait que plusieurs femmes au Québec entreprennent par désir d'autonomie, qu'elles aient été employées ou qu'elles soient artistes.

D'une part, des artistes entreprennent après avoir fait affaire avec une maison de disques, dans le but de prendre leurs propres décisions artistiques et de maximiser leurs revenus, dans la logique de l'autoproduction. Dans certains cas, elles en viennent à prendre d'autres artistes sous leurs ailes, grâce à l'expertise acquise dans la gestion de leur propre carrière.

D'autre part, des femmes ayant été employées de maisons de disques choisissent, après un certain nombre d'années à acquérir de l'expérience, de lancer leur entreprise. Elles le font pour développer leur propre vision, choisir leurs projets et faire les choses à leur manière. Par exemple, une entrepreneure raconte avoir lancé son entreprise « en réaction à comment ça fonctionnait dans l'industrie. J'avais envie de liberté, de choisir et de développer mes propres projets, de favoriser l'indépendance des artistes, de les aider à avoir tous les outils en main ». Le désir d'autonomie semble donc important dans la motivation des femmes entrepreneures du secteur musical au Québec. Elles décrivent ce secteur comme ayant longtemps été « un milieu d'hommes » où, jusqu'à tout récemment, « les producteurs, c'étaient des hommes », qui véhiculaient des valeurs et des façons de faire dans lesquelles certaines femmes se reconnaissent moins.

**Structurer l'industrie musicale dans la francophonie canadienne** – Par contraste, selon certaines répondantes qui y œuvrent, l'entrepreneuriat en musique serait traditionnellement plus féminin dans certaines communautés francophones en situation minoritaire du Canada. Dans les provinces de l'Atlantique, elles parlent même de l'entrepreneuriat dans les activités de gérance comme d'un milieu presque exclusivement féminin, où toutes les agentes d'artistes se voient comme des « égales », portées par des valeurs d'« entraide » et de « collaboration » dans le but commun de « faire grandir notre secteur ».

À preuve, et même si, statistiquement, ces résultats sont moins significatifs, une tendance semble s'observer selon laquelle la proportion de répondantes ayant lancé une entreprise est un peu plus importante dans la francophonie canadienne (n : 67) (51 %) qu'au Québec (45 %), et ce, particulièrement dans l'Ouest canadien (n : 25) (68 %). De plus, le besoin d'une structure pour encadrer sa carrière a été indiqué comme motivation principale dans une proportion significativement plus élevée dans la francophonie canadienne (n : 33) (39 %), et ce, particulièrement en Atlantique, où 50 % des répondantes à cette question (n : 12) ont lancé une entreprise par besoin d'une structure pour encadrer leur carrière. Dans les groupes de discussion réunissant des entrepreneures musicales des communautés francophones en situation minoritaire, nous avons approfondi ce désir. Elles nous ont révélé qu'elles deviennent entrepreneures soit pour encadrer leur propre carrière artistique, soit pour encadrer la carrière d'autres artistes quand les ressources de gérance ou de maison de disques manquent dans leur région.

**Encadrer sa propre carrière artistique** : Celles qui entreprennent pour encadrer leur propre carrière artistique le font aussi pour participer au développement d'une offre artistique francophone dans leur région. Après quelques années à gérer leur carrière et à apprendre les rudiments de l'industrie musicale, elles en viennent généralement à développer des services pour un plus grand nombre d'artistes de leur communauté, en réponse aux grands besoins qu'elles constatent. Elles peuvent lancer un studio d'enregistrement, offrir des services de pistage radio ou de production musicale pour leur musique et celles d'autres artistes, dans le but « de les guider et de les aider à produire leur musique, parce que c'est important de partager nos parcours, nos expériences, et de se tenir ensemble pour grandir », comme le décrit l'une d'elles. Une autre ajoute l'importance de « redonner à cette prochaine génération d'artistes [...], de donner la chance à cette relève-là de voir qu'on peut créer en français et gagner sa vie en français ».

**Encadrer la carrière d'autres artistes** : Celles qui entreprennent pour encadrer la carrière d'autres artistes parlent de « lacunes » en matière de ressources pour « aider les artistes » dans les différentes communautés francophones en situation minoritaire, chez qui elles voient un « beau potentiel, mais qui a besoin d'être structuré ». Certaines racontent avoir vu dans les dernières décennies trop d'artistes déménager à Montréal pour développer leur carrière musicale. Elles souhaitent, avec leur entreprise, « mettre une pierre à l'édifice, pour faire en sorte que les artistes puissent rester chez eux, dans leur communauté, et avoir une carrière musicale, vivre de leur métier », comme le raconte l'une d'elles.

Certaines de ces femmes disposent d'une expérience de travail dans les secteurs culturels et des connaissances en communication ou en organisation d'événements, qui leur permettent de développer des compétences dans une diversité de tâches permettant de « faire avancer des carrières », comme elles le disent. Elles commencent souvent par encadrer la carrière d'un artiste de leur entourage personnel ou qui les a sollicitées, puis s'ouvrent à un plus grand nombre d'artistes au fil du temps. Avec des artistes aux besoins nombreux et variés, seules à bord de leur entreprise ou avec un très petit nombre d'employés, elles portent souvent plus d'un chapeau afin de pouvoir offrir des services à la carte : éditrices, gérantes, agentes de spectacles, productrices, relationnistes de presse, etc. Elles portent tous ces chapeaux même si elles ne sont pas toujours spécialisées dans chacune de ces activités parce que dans bien des cas, « il n'y a personne d'autre dans le milieu qui peut le faire, alors on se retrouve à devoir le faire », comme l'exprime l'une d'elles. Elles souhaitent ainsi offrir aux artistes la possibilité de faire affaire avec des ressources professionnelles qui connaissent les médias locaux et les particularités des contextes francophones en situation minoritaire.

Dans tous ces cas, ces petites entreprises s'entraident, partagent les compétences qu'elles acquièrent au fil de leur parcours et collaborent dans la mission commune de structurer le secteur musical dans les différentes communautés francophones en situation linguistique minoritaire.

**Entreprendre dans les styles musicaux plus traditionnellement masculins** – Une tendance semble s'observer même si, statistiquement, ces résultats sont non significatifs en raison du faible nombre de réponses, selon laquelle les femmes deviendraient aussi davantage entrepreneures dans certains styles musicaux plus traditionnellement masculins. En effet, des chercheurs ont décrit par exemple le métal comme « un monde musical produit et dominé par des hommes et à l'intention d'un public essentiellement masculin », dans lequel l'apport des femmes serait faiblement reconnu (Turbé, 2016, p. 93). Or, les femmes qui œuvrent dans ce style musical, ainsi que dans la musique électronique et la musique à l'image, sont entrepreneures dans une proportion de 57 %. Il s'agit de styles que l'on associe plus souvent aux hommes en raison de leur aspect technique, selon les répondantes à nos entretiens individuels exploratoires. On peut penser que le taux plus élevé d'entrepreneures dans ces styles s'explique par le fait que des femmes ne se retrouvant pas dans des structures fondées par et pour des hommes se sentent plus à l'aise de partir leur propre entreprise pour encadrer leur carrière.

### Que retenir des motivations des femmes à entreprendre

Les principales motivations des femmes à entreprendre dans l'industrie musicale canadienne francophone sont le besoin d'une structure pour encadrer un projet ou leur carrière et le désir d'autonomie. Le **désir d'autonomie** ressort de façon plus importante chez les répondantes du **Québec**. Ce désir s'exprime notamment par une **volonté de redéfinition des valeurs et façons de faire** traditionnellement portées par des hommes dans le secteur. Dans les **communautés francophones en situation minoritaire**, la proportion de répondantes ayant lancé une entreprise semble un peu plus élevée, par **besoin d'une structure** pour **encadrer leur propre carrière artistique** ou **la carrière d'autres artistes**, dans un contexte de manque d'infrastructures professionnelles dans le secteur musical de ces communautés. Leurs entreprises, souvent de très petite taille, participent au **développement d'une offre artistique francophone dans leur région**, ainsi qu'à la **structuration de leur industrie** pour permettre aux artistes issus de leurs communautés d'y rester pour mener leur carrière. Enfin, les femmes semblent aussi entreprendre davantage lorsqu'elles œuvrent dans certains **styles musicaux plus traditionnellement associés aux hommes**, comme le métal, la musique électronique et la musique à l'image, potentiellement pour se créer des structures dans lesquelles elles se reconnaissent.

### DES STRUCTURES PLUS PETITES, DE PROXIMITÉ ET PÉRENNES

Bien qu'il n'y ait pas qu'un seul modèle d'entreprises fondées par les femmes dans le secteur musical canadien francophone, il est ressorti des groupes de discussion que leurs structures d'entreprises sont souvent plus petites que celles fondées par les hommes. Les femmes entrepreneures auraient ainsi tendance à entretenir une plus grande proximité avec les artistes, par les services qu'elles leur offrent et le plus petit nombre d'artistes qu'elles choisissent généralement d'accompagner.

En matière de services, les **Propriétaires d'entreprises musicales** sondées par notre questionnaire (n : 67) ont pour activité principale la **Gérance d'artistes** dans une proportion de 30 % et la **Production/agence de spectacles** dans une proportion de 22 %. En revanche, de plus faibles proportions d'entre elles ont comme activité principale **Maison de disques** (10 %), **Maison d'édition** (7,5 %) et **Production d'enregistrements sonores** (4 %).

En groupes de discussion, des entrepreneures s'expriment sur les raisons de la petite taille de leur entreprise et du choix des services qu'elles offrent. Certaines choisissent de n'accepter en gérance, en agence de spectacles ou en maison de disques que les artistes qu'elles sentent qu'elles peuvent « vraiment aider ». Une entrepreneure se demande, lorsque des artistes l'approchent, ce qu'elle peut faire pour « faire avancer [leur] carrière ». Elle veut s'assurer d'être capable d'aller « plus loin que ce que lui ou elle [fait] tout de suite ».

Elles expliquent que le choix d'entretenir une petite structure relève d'une question de valeurs, d'un désir d'avoir un contact humain plus direct avec les artistes. C'est un désir d'être « personnellement impliquée dans les projets de mes artistes ». Ce désir d'entretenir un contact personnalisé avec chaque artiste en amène plusieurs, au Québec comme dans la francophonie canadienne, à offrir des services « à la carte » et à se former continuellement pour pouvoir offrir à chaque artiste les services dont il ou elle a besoin. Elles deviennent ainsi ce que quelques-unes appellent des « femmes orchestres ».

Ces structures plus petites et de proximité réagiraient mieux aux crises, selon les entrepreneures rencontrées. Elles leur offriraient plus de flexibilité pour s'adapter aux grandes mutations du secteur musical, d'autant plus depuis la pandémie de COVID-19, tout en permettant d'entretenir une relation équitable avec les artistes. Les entrepreneures parlent d'un secteur « en décroissance » dans lequel toutes les entreprises ont eu à s'adapter. Selon elles, les entreprises des femmes, généralement plus petites, teintées de « valeurs d'humilité » et « d'humanité », souvent moins portées vers la croissance, s'adapteraient mieux à cette décroissance.

D'ailleurs, aux répondantes au questionnaire ayant déjà lancé une entreprise, nous avons demandé si elles avaient déjà eu à mettre fin aux activités d'une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone. Sur l'ensemble des répondantes ayant déjà lancé une entreprise (n : 270), seulement 21 %, soit 53 répondantes, ont eu à mettre fin aux activités d'une entreprise. Près de la moitié d'entre elles y ont mis fin parce que les revenus ne permettaient pas de couvrir les frais, tandis que le quart y ont mis fin en même temps que se terminait la fin du projet encadré par l'entreprise. Bien que l'on ne sache pas sur quel horizon de temps ces répondantes ont mis fin aux activités d'une entreprise, cette petite proportion de répondantes y ayant mis fin semble le signe d'une certaine pérennité des entreprises fondées par les femmes dans le secteur musical canadien francophone. En effet, par comparaison, en moyenne 37 % des entreprises canadiennes nouvellement créées (tous secteurs confondus) n'existent plus après cinq ans et 57 % n'existent plus au bout de dix ans (Archambault et Song, 2018). En groupes de discussion, plusieurs entrepreneures parlent de leur entreprise qu'elles gèrent depuis plus de dix ans.

### Que retenir des caractéristiques des entreprises des femmes

Les entreprises des femmes, généralement de **petite taille**, ont en plus grande proportion pour activité principale **Gérance d'artistes** ou **Production/agence de spectacles**. Certaines valeurs répandues parmi ces entrepreneures les conduiraient à entretenir une grande **proximité avec les artistes**, en cherchant à **s'adapter à leurs besoins** davantage qu'à faire croître leur entreprise. Selon certaines entrepreneures, cela offrirait à leurs entreprises une **flexibilité en temps de crise**. Dans l'ensemble, ces entreprises affichent d'ailleurs une bonne **pérennité**, puisque **seulement 21 % des répondantes ayant déjà lancé une entreprise ont eu à mettre fin aux activités d'une entreprise**. Cette pérennité semble **supérieure à la moyenne des entreprises canadiennes**, car en moyenne 37 % des entreprises canadiennes nouvellement créées (tous secteurs confondus) n'existent plus après cinq ans et 57 % n'existent plus au bout de dix ans.

## UNE DIFFICULTÉ À DÉLÉGUER ET UNE CULTURE DU TRAVAIL INTENSE

La petite taille des entreprises et le désir d'entretenir une proximité avec les artistes s'accompagnent d'une difficulté à déléguer certaines tâches. Bien que cette difficulté ne soit pas unique aux entrepreneures du secteur musical canadien francophone, elle ressort de façon importante de leur interprétation de leur expérience dans ce secteur. Les entrepreneures rencontrées en groupes de discussion parlent d'un désir que les choses soient faites à leur manière pour leurs projets qu'elles connaissent mieux que quiconque, mais aussi d'une sensation d'en avoir « beaucoup sur les épaules ». Plusieurs ont quelques employés, mais comme la structure de leur entreprise demeure généralement petite, chaque décision définitive leur revient. Dans ce contexte, elles parlent toutes d'une grande difficulté à « décrocher », que ce soit après les heures de bureau ou pour des vacances, parce que « ça nous tient à cœur », « il y a des gens à ma charge », « tout converge vers moi ». Une entrepreneure raconte ne pas avoir pris de vacances depuis plusieurs années et ajoute que « c'est ça, avoir une petite entreprise ». Une autre explique : « Quand on a sur nos épaules le *booking*, la gérance, la production, la comptabilité, l'administration de la compagnie, le courrier, la carte de crédit [...] de complètement partir, de fermer mes courriels deux semaines pour rester avec mes enfants, je n'ai pas trouvé encore, je ne suis pas capable de le faire ». Elles peinent aussi à quitter lorsqu'elles donnent naissance à un enfant, car, comme le dit une entrepreneure « ce n'est pas comme si je pouvais ouvrir mon poste pour quelqu'un d'autre ». Cela en conduit certaines à retourner travailler très tôt après l'accouchement ou à reporter le projet d'être mères, des thèmes dont il sera question plus en profondeur dans la section 4.3.

Cependant, des entrepreneures ayant une plus grosse entreprise disent entretenir le même rapport à leur travail, que l'une d'elles décrit comme « peut-être féminin ». Ce rapport repose sur un sentiment élevé de « responsabilité », d'être « nécessaire pour les choses », de devoir être « toujours disponible » et s'exprime de la même façon pour ses artistes, ses collègues et son entreprise que pour ses enfants. Elles évoquent en effet un souci féminin de « minutie, de vouloir tout faire et tout gérer », d'être « trop passionnée, trop impliquée ». Elles avouent qu'elles auraient de la peine à confier certaines tâches à un employé « qui ferait toute la job le fun pendant que moi je suis en haut ». C'est donc un choix qu'elles font d'être aussi investies dans leur entreprise, mais cette difficulté à déléguer se conjugue avec des horaires très chargés qui peuvent les mener à l'épuisement professionnel, comme plusieurs le relatent.

À ce rapport au travail s'ajoute une culture de la rapidité, de l'instantanéité et du travail intense. Cette culture n'est pas unique au secteur musical, des recherches sur d'autres secteurs culturels l'ayant soulignée (voir, p. ex., Berridge, 2019, sur le secteur de la télévision en Grande-Bretagne). Il n'en demeure pas moins que cette culture du travail intense ressort de façon importante de l'interprétation que se font les répondantes de leur expérience dans le secteur musical canadien francophone, comme pour ce qui est de la difficulté à déléguer. Certaines entrepreneures plus âgées soulignent cette culture du travail intense, par contraste avec l'époque où il n'y avait que « le téléphone et le courrier », comme le raconte l'une d'elles : « On avait du temps pour une certaine réflexion. Maintenant, avec les textos, les courriels, les réseaux sociaux, il y a beaucoup d'instantanéité, il faut répondre, être rapide et ça, ça fait partie d'une surcharge ». Une entrepreneure plus jeune remarque d'ailleurs une valorisation du modèle de la *superwoman* qui travaille intensément, se met de la pression, sans valoriser l'équilibre et la lenteur. Résister à ce modèle demande un travail supplémentaire, selon elle, qui serait facilité si on mettait davantage en avant des modèles d'équilibre entre le travail et la vie personnelle.

## Que retenir du rapport au travail des femmes entrepreneures

La taille généralement petite des entreprises des femmes entraîne selon elles une plus grande **difficulté à déléguer des tâches** et un **sentiment de grande responsabilité** s'accompagnant d'une **difficulté à décrocher**. Ce sentiment habite aussi certaines entrepreneures ayant lancé de plus grosses entreprises. Couplé à une **culture de l'instantanéité et du travail intense**, ce sentiment peut conduire certaines entrepreneures à l'**épuisement**. Une plus grande **valorisation des modèles d'équilibre** entre le travail et la vie personnelle parmi les entrepreneures pourrait permettre de prévenir les risques d'épuisement qui accompagnent ce rapport au travail.

## LE MANQUE D'ACCÈS AU FINANCEMENT POUR LE DÉMARRAGE ET LE DÉVELOPPEMENT D'UNE PETITE ENTREPRISE

Les entrepreneures rencontrées en groupes de discussion expliquent les choix et façons de faire répandues parmi celles-ci (p. ex., petite taille des entreprises, proximité avec les artistes, grand sentiment de responsabilité, difficulté à déléguer) par un «travail de cœur». Autrement dit, ce sont des choix teintés d'émotions qui les amènent à préférer s'investir dans l'accompagnement de chaque artiste, même si cela peut affecter la croissance de l'entreprise. En effet, ces choix s'accompagnent souvent de revenus autonomes moins élevés. Elles se disent fières de se permettre d'imaginer leur «entreprise différemment», d'aborder autrement le secteur musical et son développement, mais cela vient avec certains défis liés à la reconnaissance de leurs structures entrepreneuriales en vue de leur financement.

Ainsi, 44 % des répondantes dont le principal statut professionnel est **Propriétaire d'entreprise** citent le manque d'accès au financement pour des projets ou pour le démarrage d'entreprise parmi les principales barrières à l'avancement de leur carrière. C'est également ce que citent 40 % des répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (qui, dans une proportion de 59 %, ont lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone). Cela fait du manque d'accès au financement la seconde barrière à l'avancement de la carrière la plus souvent citée par l'ensemble des répondantes au questionnaire, dans une proportion de 28 % (voir **figure 12** dans la section 4.2). De plus, bien que seulement 21 % des répondantes ayant lancé une entreprise aient eu un jour à mettre fin aux activités d'une entreprise, celles qui ont dû le faire ont indiqué dans une proportion de 47 % comme raison principale de cessation des activités de cette entreprise les revenus qui ne permettent pas de couvrir les frais.

Les entrepreneures réunies en groupes de discussion sont d'ailleurs plusieurs à préciser ce qu'elles entendent par manque d'accès au financement. Premièrement, il y aurait peu de programmes de financement existants pour le démarrage d'entreprises dans le secteur musical. Elles se trouvent ainsi à démarrer leur entreprise en combinant cette activité à un autre emploi leur permettant de subvenir à leurs besoins en attendant de générer des revenus suffisants pour se verser un salaire. Deuxièmement, elles décrivent leur difficulté à stabiliser leurs revenus autonomes. Beaucoup de ces entreprises sont, selon leurs propres termes, des «micro-compagnies», qui accompagnent souvent un bassin restreint d'artistes, ce qui diminue les possibilités de succès sur une base régulière et rend les prévisions difficiles au niveau des revenus. Elles admettent aussi accomplir plusieurs activités de façon informelle, comme du mentorat ou de la gérance, dans le but d'aider les artistes, et ce, sans contrepartie financière, comme mentionné dans la sous-section 4.1.2, ce qui réduit le financement autonome des tâches qu'elles exercent. Troisièmement, elles soulignent la non-admissibilité de leur entreprise, souvent de

petite taille, à certains programmes de financement. Elles ne soumettent pas de demandes à ces programmes parce qu'elles estiment ne pas remplir les critères. Elles observent que les subventions sont davantage allouées aux grosses structures entrepreneuriales dont les revenus sont plus stables et plus élevés.

En somme, les répondantes expriment le souhait que leurs formes d'entreprises, souvent de plus petite taille, dont la croissance n'est pas prioritaire et qui permettent une plus grande proximité avec les artistes, soient valorisées. Autrement dit, elles souhaitent que l'on reconnaisse leurs « façons de voir les choses », car c'est selon elles « une question de valeurs, de choisir d'avoir un contact direct avec les artistes ». Elles aimeraient que l'on valorise les bénéfiques, pour l'ensemble du secteur musical, découlant du fait d'entreprendre autrement, afin que leurs entreprises accèdent plus facilement à une diversité de sources de financement. Ce financement leur permettrait de planifier davantage et de se doter de certaines ressources qui pourraient par moments leur alléger la tâche et leur éviter l'épuisement, même si ces femmes restent très engagées dans leur entreprise.

### Que retenir du manque d'accès au financement par les entrepreneures

Le manque d'accès au financement pour des projets ou pour le démarrage d'entreprise est cité **parmi les principales barrières à l'avancement de la carrière** par 44 % des **Propriétaires d'entreprises** et par 40 % des **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** (qui dans une proportion de 59 % ont lancé une entreprise). Le manque d'accès au financement est aussi cité comme **principale raison de cessation des activités d'une entreprise** par 47 % des répondantes qui ont dû le faire. Ce manque d'accès au financement s'explique, selon les répondantes, par le **peu de programmes de financement existants pour le démarrage d'entreprises** dans le secteur musical, par une **difficulté à stabiliser les revenus autonomes d'une entreprise** accompagnant souvent de près un petit bassin d'artistes, ainsi que par des **critères d'octroi des subventions favorisant souvent les plus grosses structures**. Les répondantes expriment leur souhait d'une **reconnaissance accrue** de l'apport, pour le secteur tout entier, de **leurs façons de faire en entrepreneuriat** et de **leurs structures d'entreprises**, en vue d'un meilleur accès aux programmes de financement.

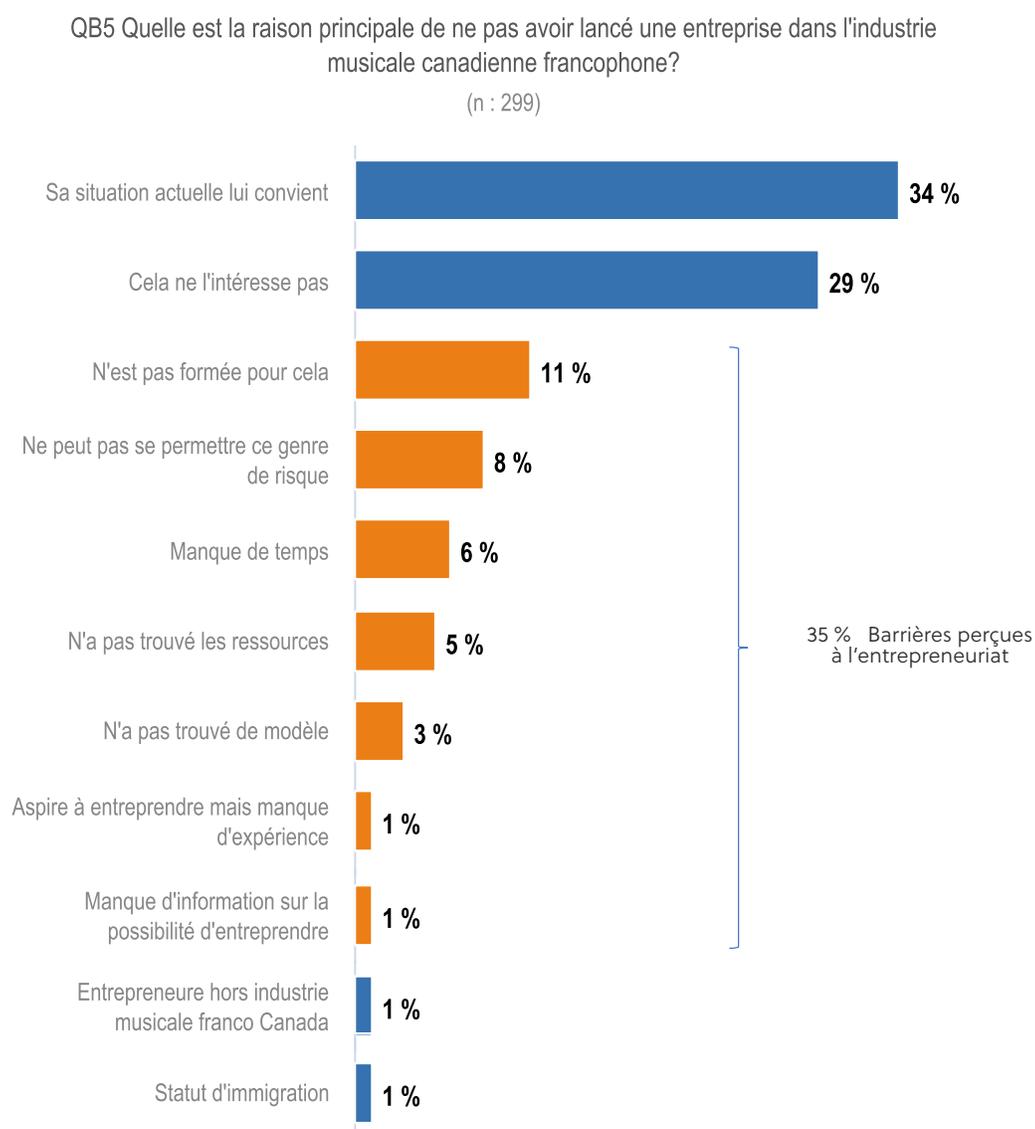
### DES BARRIÈRES PERÇUES À L'ENTREPRENEURIAT

Bien que la proportion de femmes entrepreneures soit élevée parmi les 591 répondantes à notre questionnaire, il reste que 52 % n'ont jamais lancé d'entreprise dans le secteur musical canadien francophone. Or, à une question sur les ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone, 10 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) ont indiqué que lancer leur entreprise ou gérer leur carrière faisait partie de leurs ambitions professionnelles, ce qui place cette ambition en sixième position (voir **figure 5** dans la section 4.1). Ce peut être, comme elles l'écrivent, pour participer « au rayonnement des artistes de leur secteur », « au rayonnement de leur culture » ou encore pour « gérer leur propre carrière » et « être reconnues en tant qu'artistes et femmes d'affaires ». Il apparaît donc important de connaître les barrières au déploiement de cette ambition.

Ainsi, aux 52 % de répondantes qui n'ont jamais entrepris (n : 299), nous avons demandé la raison principale de ne pas avoir lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone. Comme l'illustre la **figure 11**, 34 % des répondantes à cette question indiquent que leur situation actuelle leur convient, 29 % expriment que cela ne les intéresse pas et 1 % sont déjà entrepreneures dans un autre secteur, notamment. Cependant, 35 % des répondantes invoquent des barrières perçues à l'entrepreneuriat, soit des barrières qui relèvent de leur perception et non directement de contraintes imposées par le contexte.

### Figure 11 — Barrières à l'entrepreneuriat

Base : répondantes ayant répondu à QB1 ne pas avoir déjà lancé une entreprise dans l'industrie musicale canadienne, n : 299.



Les répondantes n'ayant pas lancé d'entreprise perçoivent dans une proportion de 11 % ne pas être formées pour entreprendre, alors que plusieurs entrepreneures rencontrées en groupes de discussion racontent avoir appris la majeure partie de ce qu'elles savent faire « dans l'action » ou « sur le tas », au gré des besoins qui se déclarent. Elles indiquent ensuite dans une proportion de 8 % ne pas pouvoir se permettre ce genre de risques. Suivent les perceptions de manquer de temps (6 %), de ne pas avoir trouvé les ressources (5 %), de n'avoir pas trouvé de modèle (3 %) et de manquer d'expérience (1 %)

Ces perceptions qui freinent les femmes à entreprendre seraient possiblement atténuées par une mise en valeur de modèles féminins d'entrepreneures, comme il en sera question dans la partie 5.

### Que retenir des raisons de ne pas entreprendre

Parmi les répondantes n'ayant jamais lancé d'entreprise dans l'industrie musicale canadienne francophone, 35 % invoquent des **barrières relevant de leur perception** et non directement de contraintes imposées par le contexte, comme de **ne pas être formée pour entreprendre, ne pas pouvoir se permettre ce genre de risque, manquer de temps, de ressources ou d'expérience**. Étant donné que de **lancer une entreprise** est la **6<sup>e</sup> ambition la plus souvent citée** par l'ensemble des répondantes au questionnaire, il semble que la **mise en valeur de modèles féminins d'entrepreneures** pourrait **atténuer la perception de ces barrières** à l'entrepreneuriat.

#### 4.1.4 — Diriger

De nos 591 répondantes au questionnaire, 9 % ont pour statut professionnel principal **Haute dirigeante ou cadre supérieure**.

### PROFIL DES DIRIGEANTES

Ces 55 répondantes disposent en proportion de 42 % de 11 à 20 ans d'expérience et en proportion de 22 % de plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie musicale canadienne francophone. Ce sont ces répondantes qui, aux côtés des **Propriétaires d'entreprises musicales**, témoignent du plus haut degré de satisfaction quant à l'avancement de leur carrière : 49 % se disent exactement là où elles veulent être et 24 % se disent même plus avancées que ce qu'elles auraient espéré à cette étape de leur carrière.

**Des parcours harmonieux** – Des hautes dirigeantes ou cadres supérieures d'entreprises de production et de diffusion réunies en groupes de discussion témoignent généralement de parcours harmonieux jusqu'à l'atteinte de leur poste. Elles évoquent presque toutes d'heureux « concours de circonstances », autrement dit s'être retrouvées au bon endroit, au bon moment, avec une expérience adéquate qui les ont qualifiées pour un poste de direction. L'acquisition de cette expérience, dans une autre organisation ou en gravissant un à un les échelons de l'entreprise qu'elles dirigent désormais, est parfois appuyée d'une personne particulièrement aidante qu'elles appellent une mentore ou un mentor et qui les a aidées à évoluer ou encore d'une personne qui les a inspirées, leur a servi de modèle. Ainsi, celles qui y ont accédé témoignent que l'accès à ces postes s'est passé naturellement.

## Portrait des dirigeantes dans l'industrie musicale canadienne francophone

Les **Hautes dirigeantes ou cadres supérieures** représentent **9 % du bassin de répondantes à notre questionnaire** et disposent en majorité de **plus de 10 ans d'expérience** dans l'industrie musicale canadienne francophone. Les dirigeantes interrogées racontent des **parcours harmonieux jusqu'à l'atteinte de leur poste** et témoignent d'une **satisfaction généralement élevée quant à l'avancement de leur carrière**.

### LES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES EN POSTE PAR LES DIRIGEANTES

C'est plutôt dans l'occupation de leur poste que les dirigeantes expriment des difficultés. La première de ces difficultés, qui sous-tend les suivantes, est que plusieurs des répondantes observent un manque de diversité (ethnique et de genre) dans les postes de direction de certaines organisations de l'industrie musicale canadienne francophone. Ce manque de diversité s'observe surtout dans les entreprises de diffusion, comme les festivals et les radios, ainsi que dans les entreprises de production musicale de grande taille, et ce, principalement au Québec, comme il en sera question dans la sous-section 4.2.2. Cela a pour résultat que celles qui occupent ces postes peuvent s'y sentir isolées en tant que femmes et dans certaines de leurs façons de faire.

**Se sentir jugées sur leur façon d'exercer du leadership** – Les répondantes au questionnaire ayant pour statut professionnel principal **Haute dirigeante ou cadre supérieure** sont celles qui, aux côtés des **Propriétaires d'entreprises**, ressentent le sentiment le plus élevé d'exercer du leadership. Elles mesurent en moyenne ce sentiment à 5,7 sur 7, ce qui ne s'avère cependant pas beaucoup plus élevé que la moyenne de 5,1 sur 7 pour l'ensemble des répondantes (voir sous-section 4.1.2). Nous avons approfondi ce sentiment en groupes de discussion avec des répondantes occupant des postes de hautes dirigeantes ou cadres supérieures. Or, elles admettent se sentir régulièrement jugées sur leur façon d'exercer du leadership, que celui-ci soit plus autoritaire ou plus coopératif.

Par exemple, lorsqu'un style plus autoritaire s'impose en vue de répondre à des demandes exigeantes, elles perçoivent que ces demandes sont mieux acceptées quand elles proviennent d'un homme que d'une femme. Elles sentent qu'une femme adoptant un style autoritaire sera « mal perçue souvent » et estiment que les hommes se font moins juger négativement lorsqu'ils adoptent ce style. Une répondante nuance cependant en exprimant qu'il lui était arrivé, à ses débuts en postes de direction, d'user d'autorité par manque de confiance, et qu'elle s'était ensuite rendu compte que ce style ne lui correspondait pas, ce qui pouvait expliquer selon elle ces jugements. Elle se sentait davantage en harmonie lorsqu'elle adoptait un style de leadership plus coopératif. Une autre exprime cependant se sentir « moins prise au sérieux » lorsqu'elle adopte un style plus coopératif et perçoit que, quel que soit le style de leadership qu'elle adopte, il pourrait être mal reçu.

**Se sentir jugées sur leur âge** – Des femmes en postes de direction soulignent en outre sentir des jugements liés à leur âge, sous la forme de commentaires subtils et indirects, mais persistants, alors que les hommes ne leur semblent pas ainsi ciblés. L'une d'elles exprime : « C'est comme s'il y avait une limite d'âge qui est plus basse, qui m'envoie le message que ce serait le temps d'aller vers autre chose ». Paradoxalement, les femmes arrivées à un certain âge expriment ne jamais s'être autant senties en possession de leurs moyens, en pleine confiance, en pleine autonomie, parce qu'elles en sont à un point de leur carrière où elles ont « des contacts »,

« des idées » et « des outils pour arriver à faire ces idées-là ». Elles déplorent qu'au moment où elles s'estiment avoir atteint le summum de leurs compétences, on puisse leur faire sentir qu'elles sont rendues « trop vieilles ». En somme, les répondantes en appellent à une reconnaissance de la diversité des façons d'être dans les postes de direction, soutenant qu'il y a autant de façons de diriger que de personnes qui dirigent.

**Une charge mentale élevée** — Certaines hautes dirigeantes ou cadres supérieures décrivent aussi des postes où les responsabilités sont élevées et où, lorsqu'elles se trouvent dans de petites organisations, elles ne peuvent compter que sur peu de ressources humaines et matérielles pour réaliser la grande diversité des tâches nécessaires. Elles révèlent vivre beaucoup de pression et, comme les entrepreneures, avoir de la difficulté à « décrocher ». Elles n'attribuent cependant pas cette pression au genre féminin, mais plutôt à la nature des tâches et des responsabilités dans un poste de direction. Cette pression est en outre accentuée dans un secteur créatif, où toutes et tous se trouvent toujours en quête de nouvelles idées, qui les habitent le jour comme la nuit.

Là où les répondantes voient un trait plus répandu chez les femmes, c'est dans l'engagement émotif qui vient avec ces exigences et qui peut devenir très envahissant dans leurs vies personnelles. Il se manifeste sous la forme d'inquiétudes et de préoccupations pour les autres — les collègues, les artistes, les collaborateurs, comme l'exprime une répondante : « Je pense que c'est l'univers de la préoccupation qui me distingue de mes collègues masculins ». Cet « univers de la préoccupation » a ses bons côtés, au sens où il permet aux femmes, selon une répondante, « d'aller au fond des choses, d'être dans le détail, beaucoup plus ». En revanche, il a pour conséquence qu'il devient difficile de tracer la ligne entre la vie professionnelle et la vie personnelle, ce qui peut entraîner une difficile conciliation avec la vie de famille et même, avec l'équilibre mental. Les répondantes évoquent la notion de « charge mentale<sup>21</sup> » associée aux soins à la famille, qu'elles estiment généralement plus élevée chez les femmes dans les ménages hétérosexuels. Lorsqu'on y ajoute la charge mentale élevée associée à l'exercice d'un poste de direction dans l'industrie musicale, la charge totale devient très élevée. Comme l'exprime une répondante : « Dans une industrie où il y a peu de moyens, des mini-équipes, où il faut faire de grandes choses avec ça ; puis les artistes aussi, qui ne sont pas en activité de 9 à 5, donc il faut aussi s'adapter à leurs réalités, à leurs projets, qui tournent 7 jours sur 7, 24 h/24, ça fait en sorte que la charge mentale totale est extrême je pense ! Quand c'est une charge mentale lourde dans la vie personnelle et lourde au travail, ça devient assez difficile à gérer et c'est là où il faut effectivement faire attention ».

Elles s'expriment sur la fatigue psychologique et professionnelle qui peut découler de cette charge mentale élevée, sur leur recherche d'un équilibre et sur la conciliation entre le travail et la vie personnelle, des thèmes qui seront développés, dans la section 4.3.

### Que retenir des difficultés rencontrées par les dirigeantes

Les hautes dirigeantes ou cadres supérieures déplorent un **manque de diversité** dans les postes de direction de certaines organisations de leur secteur, qui se traduit par un **sentiment d'isolement**. Elles estiment aussi se **sentir jugées** dans leurs façons d'**exercer du leadership** ainsi qu'à **mesure qu'elles avancent en âge**. Elles évoquent de plus une **charge mentale élevée** associée à l'exercice de leurs fonctions, qui se conjuguent difficilement à la vie personnelle. Elles invitent à une **reconnaissance d'une diversité de façons de diriger** ainsi qu'à un **apprentissage à « tracer la ligne » entre le travail et la vie personnelle**.

21. La charge mentale est définie par l'Office québécois de la langue française (OQLF) comme « la sollicitation constante des capacités cognitives et émotionnelles d'une personne, liée à la planification, à la gestion et à l'exécution d'une tâche ou d'un ensemble de tâches ». L'OQLF note qu'une trop forte charge mentale peut occasionner du stress ou de l'épuisement (OQLF, 2018).

## 4.2 — Des opportunités qui semblent inaccessibles

À une question semi-ouverte portant sur les principales barrières à l'avancement de leur carrière, les répondantes au questionnaire citent, dans la proportion la plus importante (34 %), la difficulté d'accès à certaines opportunités de travail, comme le montre la **figure 12**. Cette réponse est donnée dans une proportion significativement plus importante par les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** (n : 221) (43 %).

**Figure 12 — Barrières les plus importantes rencontrées dans l'avancement de la carrière**

Base : ensemble des répondantes, n : 591. Chaque répondante pouvait cocher jusqu'à 3 réponses.

Barrières perçues	%
La difficulté d'accès à certaines opportunités de travail	34
Le manque d'accès au financement pour des projets ou pour le démarrage d'entreprise	28
La difficulté à se créer un réseau professionnel	25
Le manque de travail permanent	21
Le manque de reconnaissance pour son travail	21
La difficulté à être prise au sérieux	20
La difficulté à concilier le travail et la famille	15
Le manque de modèles féminins	15
Le manque de formation pour développer ses compétences	13
Le manque de réseaux et d'événements réservés aux femmes	13
Le manque de soutien par les pairs	12
Autre barrière	22
Ne sait pas/préfère ne pas répondre	9

En complément, une question demandant aux répondantes de donner des exemples d'opportunités de travail qui leur semblent inaccessibles en raison de leur genre<sup>22</sup> nous révèle quatre types d'opportunités qui apparaissent les plus inaccessibles aux femmes et qui se déclinent selon certains statuts professionnels soit :

1. Pour les artistes (toutes catégories confondues), se faire confier des tâches et responsabilités techniques (31 % des réponses);
2. Pour certaines artistes et employées, accéder à des postes de direction (18 % des réponses);
3. Pour les artistes, faire partie de programmations musicales (12 % des réponses);
4. Pour les répondantes de toutes professions, prendre part aux décisions du secteur (5,3 % des réponses), une opportunité qui revenait souvent à obtenir un siège au conseil d'administration d'une organisation de l'industrie musicale et qui a été abordée par l'entremise d'autres questions de notre questionnaire.

22. Donnez un exemple d'une opportunité de travail qui vous semble inaccessible en raison de votre genre. Base : répondantes ayant répondu à la question précédente sentir rarement, parfois, souvent ou toujours qu'une opportunité de travail dans l'industrie musicale francophone leur est inaccessible en raison de leur genre, n : 235.

### 4.2.1 — Les tâches et responsabilités techniques

La première opportunité citée comme apparaissant la plus inaccessible aux répondantes consiste à se faire confier des tâches et responsabilités techniques (citée dans 31 % des 235 réponses).

#### PROFIL DES FEMMES EXERÇANT DES TÂCHES ET RESPONSABILITÉS TECHNIQUES

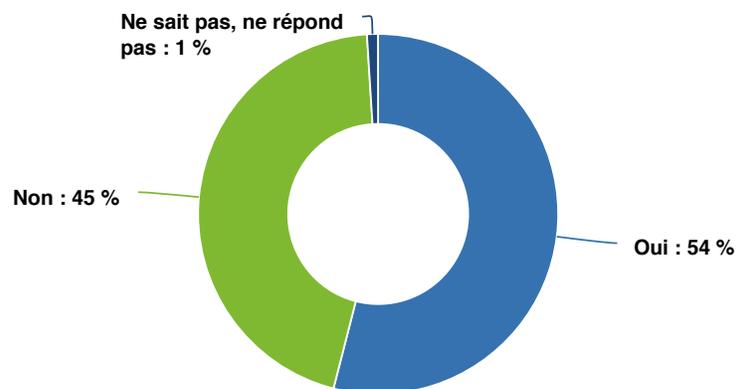
Seulement 2,6 % des 591 répondantes au questionnaire déclarent **Professionnelle des métiers techniques** comme principal statut professionnel, soit 15 personnes. À ces dernières s'ajoutent près de 11 % des 591 répondantes qui incluent le statut **Professionnelle des métiers techniques** aux autres activités professionnelles auxquelles elles se consacrent dans l'industrie musicale canadienne francophone. En outre, comme le montre la **figure 13**, 54 % des 591 répondantes indiquent être amenées à effectuer des tâches techniques dans le cadre de leurs activités professionnelles, quelles qu'elles soient.

**Figure 13 — Réalisation de tâches techniques**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QD1 Êtes-vous amenée à effectuer des tâches techniques dans le cadre de vos activités professionnelles dans l'industrie musicale canadienne francophone (prise de son, installation d'équipement d'amplification, réalisation, enregistrement, etc.)?

(n : 591)



La proportion de répondantes amenée à effectuer des tâches techniques est significativement plus élevée chez les répondantes dont le principal statut professionnel est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (85 %), **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48) (77 %), soit toutes les répondantes dont les activités sont liées à la scène. Elle est également un peu plus élevée chez les répondantes de la francophonie canadienne (n : 67) (64 %), qui affirment trouver peu de professionnels de la réalisation dans leur région et être ainsi amenées à s'occuper elles-mêmes de cette tâche, quel que soit leur principal statut professionnel.

En outre, à une question ouverte sur leurs ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone (voir **figure 5** dans la section 4.1), 27 % des répondantes ont fourni une réponse relative à l'enrichissement de leurs activités artistiques. Cet enrichissement concerne l'apprentissage ou l'intégration aux activités qu'elles occupent déjà de nouvelles activités comme composer de la musique à l'image, faire de la réalisation d'albums et du mixage, en mettant au profit d'autres artistes l'expérience acquise dans la réalisation de leur propre musique, dans certains cas. Ces réponses ont été données dans une proportion plus importante par des répondantes ayant comme statut professionnel principal **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 185) (41 %), **Autrices et/ou compositrices (non-interprètes)** (n : 11) (73 %) et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 39) (56 %).

### DES TÂCHES EXERCÉES, MAIS PEU RECONNUES

Il ressort de cela qu'une grande proportion de répondantes effectuent des tâches techniques dans le cadre de leurs activités professionnelles quotidiennes, en ont les compétences et l'expérience ou ont l'ambition de les acquérir. Cependant, elles sont nombreuses à souligner ne pas se faire confier de mandats faisant principalement appel à ces tâches. Elles estiment notamment qu'en raison de leur « sous-représentation dans cette sphère d'activités », les artistes et producteurs de spectacles, par exemple, n'ont pas « le réflexe de penser à des femmes comme collaboratrices [...] pour des jobs techniques » et que les hommes « ont le réflexe d'engager en écrasante majorité [d'autres] hommes arrangeurs ». Plusieurs répondantes expriment par exemple ressentir de la difficulté à se faire confier des mandats de réalisation par des hommes, alors qu'elles s'en font confier par d'autres femmes. Elles parlent d'un milieu « niché » et « difficile à infiltrer ». Les hommes auraient davantage le réflexe de confier ces mandats à d'autres hommes avec lesquels ils ont l'habitude de travailler, suivant une tendance aussi observée dans la musique jazz (Martin et Offroy, 2018), ainsi que dans les secteurs du film et de la télévision (Wing-Fai et al., 2015). Les relations de travail dans ces secteurs étant fondées sur la confiance, cela conduit les personnes en position de recruter à rechercher des candidats avec lesquels elles ont déjà travaillé ou qui leur sont recommandés. Si des hommes ont majoritairement occupé tous les postes dans le passé, les femmes peuvent rencontrer des difficultés à percer une brèche pour accéder à ces réseaux de recrutement.

### Portrait des femmes exerçant des tâches et responsabilités techniques

Seulement **3 %** des répondantes à notre questionnaire (n : 591) ont pour principal statut **Professionnelle des métiers techniques**, mais **11 %** incluent ce statut à leurs **autres activités professionnelles** et **54 %** indiquent être **amenées à effectuer des tâches techniques dans le cadre de leurs activités professionnelles**. La proportion de répondantes amenées à effectuer de telles tâches est plus élevée chez les répondantes dont les activités sont liées à la scène. Elle va jusqu'à **85 % chez les Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices (n : 221)** et jusqu'à **64 %** chez les répondantes de la **francophonie canadienne (n : 67)**, où l'on note un manque de personnel de la réalisation. Enfin, une proportion importante de répondantes artistes (toutes catégories confondues) a pour ambition d'enrichir ses activités par de la réalisation d'albums et du mixage.

## Que retenir de la difficile reconnaissance dans l'exercice de tâches techniques

Les répondantes exerçant des tâches techniques ou ayant l'ambition de le faire évoquent des **difficultés à obtenir de la reconnaissance dans l'exercice de ces tâches**, ainsi qu'à **susciter le réflexe que l'on pense à elles pour des mandats** faisant appel à ces tâches. Elles associent les tâches techniques à un **environnement très masculin, difficile à percer**, où elles ne se sentent **pas aisément prises au sérieux** et dont certaines s'estiment exclues. Celles dont le statut principal est **Professionnelle des métiers techniques** expriment même dans une proportion de 67 % ressentir souvent ou toujours le **devoir de se prouver davantage en raison de leur genre**.

Bien que cette tendance dans le recrutement ne soit pas associée à des comportements consciemment discriminatoires, certaines répondantes vont jusqu'à parler de tout ce qui a trait aux tâches techniques comme d'un «environnement très masculin, où les femmes sont regardées de haut». Certaines évoquent se sentir «exclues» de conversations liées à la technique, «en position de désavantage vis-à-vis des collègues masculins». Elles expriment de la difficulté à se sentir prises au sérieux dans l'exercice de tâches comme la sonorisation, l'éclairage et la prise de son, par les hommes qui les exercent, même si elles disposent de connaissances et de compétences sur le sujet. Quant aux femmes dont le statut principal est **Professionnelle des métiers techniques** (n : 15), 67 % d'entre elles expriment ressentir souvent ou toujours le devoir de se prouver davantage en raison de leur genre lorsque questionnées à propos de leur sentiment de discrimination<sup>23</sup>. Elles sont même 40 % à indiquer le sentir toujours.

## DES QUESTIONS D'AISANCE, D'EXPÉRIENCE ET DE CONFIANCE

En demandant aux 318 femmes ayant affirmé exercer des tâches techniques dans le cadre de leurs activités professionnelles de mesurer leur aisance dans la réalisation de ces tâches, elles situent en moyenne cette aisance à 4,5 sur 7. Cette moyenne est cependant haussée par les répondantes ayant plus de 20 ans d'expérience dans le secteur musical. C'est le signe que cette aisance s'acquiert avec l'expérience, à force de se trouver sur le terrain. En effet, quand on demande aux répondantes qui expriment la plus grande aisance (les 158 répondantes ayant mesuré leur aisance à 5, 6 ou 7) d'indiquer la principale raison de cette aisance dans la réalisation de tâches techniques, elles citent en proportion de 70 % l'acquisition d'expérience pour ces tâches et dans une proportion de 19 % seulement la formation pour ces tâches.

À l'inverse, quand on demande à celles qui ne se sentent pas du tout à l'aise ou seulement moyennement à l'aise (les 157 répondantes ayant mesuré leur aisance à 1, 2, 3 ou 4) d'indiquer la principale raison de leur manque d'aisance dans la réalisation de tâches techniques, elles disent en proportion de 50 % que c'est parce qu'elles n'ont jamais eu l'occasion d'apprendre. Elles expriment par exemple ne pas avoir été «exposée[s] à ces responsabilités en raison de [leur] genre» et, par conséquent, «ne pas avoir acquis autant de connaissances que [leurs] homologues masculins». Elles parlent d'un métier «qui s'apprend en le faisant» et que, dans un contexte majoritairement masculin, «ça prend beaucoup de confiance pour aller de l'avant et pour se créer des opportunités de travail afin d'apprendre le métier».

23. En vous rapportant à vos expériences des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), à quelle fréquence vous arrive-t-il de sentir que vous devez vous prouver davantage en raison de votre genre dans le cadre de vos activités professionnelles? Base : ensemble des répondantes, n : 591.

À ce sujet, des répondantes en groupes de discussion expliquent avoir « intériorisé » au début de leur carrière l'idée selon laquelle les tâches techniques sont l'affaire des hommes. Cela les a amenées à reléguer ces tâches à leurs collègues masculins et à ne pas avoir accumulé d'expérience en ce qui a trait, par exemple, « à la prise de son, à l'enregistrement, à comprendre comment des logiciels comme ProTools ou Logic ou Ableton fonctionnaient ». Cela les amène souvent à manquer de confiance dans l'exercice de ces tâches, à se sentir « vulnérables » et « critiquées plus rapidement » lorsqu'elles sortent de certains rôles auxquels on les associe plus rapidement, par exemple celui d'interprète, d'autant plus lorsqu'elles s'essaient à des tâches techniques qu'elles sont en train d'apprendre. Se sentir vulnérables leur apparaît d'autant plus difficile dans un milieu d'apparences, où il faut se mettre en scène et se montrer à son meilleur, ce qui réduit encore leurs possibilités d'acquérir de l'expérience dans ces tâches.

### Que retenir de l'acquisition d'aisance dans l'exercice de tâches techniques

L'**expérience** est reconnue, par les répondantes qui exercent des tâches techniques (n : 318), comme le facteur favorisant le plus l'aisance dans ces tâches. Cependant, la **difficulté à être reconnues dans l'exercice de ces tâches** apparaît **nuire à l'acquisition de cette expérience**. Plusieurs répondantes expliquent avoir intériorisé le fait que les tâches techniques étaient l'affaire des hommes et **ne pas s'être exposées à ces tâches**. Elles estiment devoir **redoubler de confiance en elles** pour s'y exposer et acquérir l'expérience nécessaire à leur aisance.

### UN MANQUE DE MISE EN VALEUR DES MODÈLES FÉMININS DANS LES TÂCHES TECHNIQUES

Pour expliquer cette intériorisation de l'idée voulant que les tâches techniques soient l'affaire des hommes, des répondantes en groupes de discussion évoquent le manque de modèles féminins dans l'exercice de ces tâches et, par conséquent, la difficulté « de se voir dans un monde où il n'y a personne comme soi ». Elles parlent également du manque de mentores qui les accompagneraient dans l'acquisition d'expérience dans ces tâches. D'ailleurs, le questionnaire invitait les répondantes à indiquer le nombre de femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone pouvant servir de modèles dans l'avancement de leur carrière, en fonction de leurs objectifs de carrière. Les répondantes ayant comme principal statut professionnel **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)** (n : 17) et **Professionnelle des métiers techniques** (n : 15) sont celles qui, dans une plus grande proportion, affirment ne connaître aucune femme pouvant leur servir de modèle (35 % et 33 %). Le nombre moyen de femmes pouvant servir de modèles est d'ailleurs significativement plus faible pour les répondantes qui ont comme principal statut **Professionnelle des métiers techniques**, avec une moyenne de 2,4 par rapport à une moyenne de 6,2 pour l'ensemble des répondantes.

Or, cette étude nous indique qu'une proportion importante de femmes exercent ces tâches. De plus, nombre d'entre elles se sentent à l'aise. Il est cependant possible de croire que leurs modèles ne sont pas suffisamment mis en valeur pour inspirer d'autres femmes. En groupes de discussion, des répondantes exerçant des tâches techniques nous ont d'ailleurs exprimé leur difficulté à se donner elles-mêmes le crédit pour la réalisation de ces tâches (p. ex., associer leur nom à ces tâches sur la pochette d'album) ainsi qu'à se mettre en valeur dans les rôles de techniciennes ou de réalisatrices qu'elles occupent. Elles invitent les femmes artistes à prendre la responsabilité de se mettre en valeur dans l'exercice de ces tâches, à « assumer les postes qu'on occupe », à « ne

pas avoir peur de dire ce qu'on fait», à «être fières d'écrire et d'insister pour dire ce que l'on fait, ne pas avoir peur d'avoir l'air vantardes». C'est donc un appel à toutes les femmes exerçant des tâches techniques à se faire confiance, afin de créer des modèles pour d'autres femmes qui y aspireraient.

### Que retenir du manque de modèles féminins dans les tâches techniques

Des répondantes en groupes de discussion expliquent leur intériorisation de l'idée selon laquelle les tâches techniques sont l'affaire des hommes par le manque de modèles féminins dans ces tâches. Or, **des femmes exercent ces tâches**, mais plusieurs de celles que nous avons interrogées avouent éprouver de la **difficulté à se mettre en valeur dans l'exercice de ces tâches**. Elles s'invitent à prendre la responsabilité de se **mettre en valeur** dans l'exercice de ces tâches, afin de **créer des modèles** pour d'autres femmes qui aspireraient à en exercer.

#### 4.2.2 —L'accès aux postes de direction

La seconde opportunité citée comme apparaissant la plus inaccessible est l'accès aux postes de direction, citée dans 18 % des réponses à une question demandant de donner des exemples d'opportunités de travail qui semblent inaccessibles aux répondantes en raison de leur genre (n : 235). Cette difficulté a été citée dans une proportion significativement plus importante par les répondantes dont le principal statut professionnel est **Autre employée à temps plein ou à temps partiel d'une organisation/entreprise** (n : 98) (20 %), ce qui peut correspondre à une difficulté à gravir les échelons dans les organisations existantes.

#### UNE DIFFICULTÉ D'ACCÈS QUI DOIT ÊTRE CONTEXTUALISÉE

Dans nos entretiens individuels semi-dirigés et nos groupes de discussion, des répondantes nous ont permis de comprendre que la difficulté d'accès des femmes aux postes de direction n'est pas unilatérale dans l'industrie musicale canadienne francophone et qu'elle mérite d'être contextualisée.

Les femmes sont généralement nombreuses dans les postes de direction des organismes de services du milieu associatif de l'ensemble de l'industrie musicale canadienne francophone. Elles se trouvent beaucoup « dans les services », comme le disent des répondantes. Dans certaines communautés francophones en situation minoritaire s'ajoute une grande proportion de femmes dans les organismes de diffusion du milieu communautaire. Comme le soulignent des répondantes, ce sont des secteurs où « la motivation n'est pas financière », mais réside davantage dans une offre de services de soutien et dans la construction de réseaux de collaboration et d'entraide, par l'entremise du « développement communautaire et culturel », notamment.

Cependant, et particulièrement au Québec, les femmes sont peu nombreuses « aux échelons supérieurs » des entreprises privées de diffusion, comme les festivals et les radios, ainsi que des entreprises de production musicale de grande taille, comme cela est ressorti de la recension des écrits pour l'industrie musicale en Ontario ainsi que pour plusieurs autres industries culturelles dans le monde. Ces entreprises sont souvent fondées et dirigées par des hommes. En revanche, les femmes employées y sont nombreuses à jouer des rôles clés de soutien et d'organisation : directrices adjointes, coordonnatrices. Elles sont souvent « les n° 2 », comme l'expriment certaines répondantes.

L'une des conséquences de cette division sexuelle du travail dans les entreprises de production et de diffusion est le manque de mise en valeur des postes occupés par les femmes, susceptible d'exercer une influence sur leur accès à des postes de direction. Des répondantes observent que ce sont généralement les propriétaires des entreprises de l'industrie musicale qui prennent la parole dans les médias ou dans le cadre d'événements professionnels lorsqu'on s'y intéresse. Les femmes occupant les postes de directrices adjointes, qui se trouvent souvent au cœur de nombreuses dimensions de l'organisation, ne sont pas mises en valeur. « Être invitée à des panels » lors d'événements professionnels fait même précisément partie des opportunités citées comme apparaissant inaccessibles à certaines femmes. Par conséquent, l'image que l'on associe à ces entreprises est essentiellement masculine, alors que des répondantes soulignent qu'il serait important de mettre aussi « les n° 2 à l'avant », compte tenu de l'« énorme impact des panels, comme visibilité, comme modèle », pour arrêter de « perpétuer » la division sexuelle du travail et l'image masculine que l'on associe à ces entreprises.

Certaines femmes occupant des postes de direction, notamment dans des secteurs comme la production où elles sont moins représentées, sentent qu'on n'a pas le réflexe de les solliciter pour prendre la parole à titre de directrices, malgré leur expérience. En conséquence, plusieurs femmes invoquent, comme pour ce qui est des tâches techniques, le peu de modèles féminins auxquels se rattacher pour se projeter dans un poste de direction ou prendre confiance en vue de gravir les échelons pour y accéder.

### Que retenir de l'accès aux postes de direction

L'accès aux postes de direction ne pose **pas de problème dans les organismes de service du milieu associatif**, mais il apparaît **plus difficile dans les entreprises privées de diffusion et les entreprises de production musicale de grande taille**. Dans ces entreprises, les femmes occupent souvent des **rôles clés de soutien et d'organisation**. Ces rôles étant **peu mis en valeur**, tout comme les rôles de celles qui occupent effectivement des postes de direction, les femmes affirment avoir **peu de modèles auxquels se rattacher pour envisager d'accéder aux échelons supérieurs d'une organisation**.

### LA CRÉDIBILITÉ, LA CONCILIATION TRAVAIL-FAMILLE ET L'APPRÉHENSION DES JUGEMENTS EN CAUSE

Dans les réponses au questionnaire et lors des groupes de discussion, trois facteurs sont principalement ressortis pour expliquer la difficulté d'accès aux postes de direction. Premièrement, plusieurs femmes estiment ne pas avoir atteint de tels postes parce qu'elles n'arrivaient pas à obtenir de la crédibilité auprès des équipes dirigeantes et à faire reconnaître leurs compétences et leur expérience au même titre que leurs pairs masculins. Elles évoquent la persistance d'un *boys' club* à ces échelons des organisations, qui rendrait le parcours des femmes jusqu'aux échelons supérieurs « plus longs » que pour leurs collègues masculins. Certaines expliquent cette situation par la tendance des hommes à recruter d'autres hommes, également évoquée pour ce qui est des tâches techniques (voir sous-section 4.2.1). Il leur semble ainsi que les hommes auraient la chance de « grimper les échelons [plus] rapidement parce que l'employeur se reconnaît en eux ».

Deuxièmement, d'autres répondantes soulignent les attentes élevées associées à ces postes et qui leur semblent peu conciliables avec la famille. En groupes de discussion, et tel que rapporté dans la sous-section 4.1.4, des femmes en postes de direction ont confirmé que ces postes manquent souvent de flexibilité au niveau des

horaires et s'accompagnent d'exigences de performance élevées, qui rendent la conciliation des horaires du travail et de la vie familiale difficile. Cela contraste avec la perspective de certaines entrepreneures, mères d'enfant(s) à charge, qui lancent une entreprise pour obtenir plus de flexibilité en matière de conciliation travail-famille (voir sous-section 4.1.3). Ce contraste naît de la différence entre les statuts professionnels de dirigeante d'une organisation existante et d'entrepreneuse. Bien que des répondantes de ces deux statuts professionnels parlent d'exigences élevées, de culture du travail intense et de difficulté à tracer une ligne entre la vie professionnelle et la vie personnelle, ces deux statuts présentent des conditions différentes qui justifient de les avoir traités séparément dans la section 4.1. À ce titre, pour certaines répondantes, l'entrepreneuriat semble favoriser un rapport plus harmonieux à la conciliation travail-famille que la direction d'organisations existantes. L'appréhension d'une difficile conciliation travail-famille peut donc amener des femmes dans les postes de direction à reporter le projet d'être mères ou d'agrandir leur famille, mais peut également rebuter des mères de famille ou des femmes qui aspirent à le devenir à rechercher ces postes.

Troisièmement, et comme décrit dans la sous-section 4.1.4, des femmes occupant des postes de hautes dirigeantes ou cadres supérieures ont exprimé ressentir des jugements par rapport à leurs façons d'exercer du leadership, et ce, de la part des hommes autant que des femmes. En entretien individuel, une répondante explique que l'arrivée des femmes dans ces postes étant récente et en évolution tranquille, le caractère traditionnellement très masculin de ce milieu aurait contribué à entretenir des stéréotypes à l'égard des comportements typiquement masculins ou féminins, ainsi qu'à l'égard des comportements requis pour prendre des décisions d'affaires. Cela correspond à ce que d'autres répondantes nomment des « biais inconscients », « des préjugés galvaudés », des « réflexes », de « vieux *patterns* qui sont normalisés ». Une répondante donne un exemple du stéréotype selon lequel « les femmes sont plus émotives que les hommes et que dans un contexte d'affaires, il ne faut pas être émotif, il faut de la froideur ». Selon des répondantes, ces commentaires « laissent des traces ». Autrement dit, la conscience de ces jugements et l'appréhension d'en être la cible peuvent rebuter certaines femmes à chercher à accéder à des postes de direction dans des secteurs où ces postes sont plus traditionnellement occupés par des hommes, d'où l'importance de prendre conscience des biais qui sous-tendent ces jugements.

### Que retenir des explications de la difficulté d'accès aux postes de direction

Trois facteurs sont principalement ressortis pour expliquer la difficulté d'accès aux postes de direction. Premièrement, des répondantes expriment avoir du mal à **obtenir la crédibilité nécessaire** pour monter les échelons d'une organisation aussi rapidement que leurs pairs masculins et évoquent une **possible tendance des hommes à recruter plus facilement d'autres hommes pour ces postes**. Deuxièmement, certaines répondantes envisagent des **difficultés avec la conciliation entre le travail et la famille** dans des postes aux exigences de performance élevées. Troisièmement, elles ont conscience de **jugements** formulés à l'endroit de femmes en postes de direction, fondés sur des **biais inconscients** et des **stéréotypes** à l'égard des styles de leadership. Des répondantes **appréhendent d'en être la cible** si elles accèdent à ces postes, ce qui peut les retenir d'y soumettre leur candidature.

### 4.2.3 — La participation à des programmations musicales

La troisième opportunité citée comme apparaissant la plus inaccessible aux répondantes au questionnaire concerne l'accès à certaines programmations musicales. Notre démarche de recherche ne consistait pas à recenser les programmations musicales canadiennes pour y déterminer la part d'artistes féminines, une initiative notamment menée par Radio-Canada pour certains festivals (Radio-Canada, 2019). Elle consistait plutôt à évaluer si l'accès à certaines programmations musicales fait partie des opportunités de travail qui semblent inaccessibles aux femmes. L'accès aux programmations musicales est ressorti dans 12 % des réponses (n : 235) à la question leur demandant de donner un exemple d'une telle opportunité. Ces réponses étaient principalement formulées par les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice**, **Professionnelle des métiers techniques** ainsi que **Musicienne instrumentiste et/ou choriste**. Cela correspond aux répondantes dont les activités s'exercent en lien avec des festivals, des salles de concert, des bars, des radios et des plateaux de télévision.

#### LA DIFFICULTÉ D'ACCÈS À DES PROGRAMMATIONS MUSICALES

**À la radio** – Par rapport à la diffusion radio, les répondantes expriment le sentiment que leur musique y est jugée plus sévèrement. D'abord, les attentes pour que les propositions musicales féminines se distinguent les unes des autres leur apparaissent plus élevées que pour les propositions masculines. Elles citent des commentaires reçus de programmations radio tels que « Ah, on a déjà une femme qui tourne avec une chanson de votre style ». Les répondantes estiment que « plusieurs hommes peuvent passer à la radio dans des styles similaires » alors que « pour les femmes, c'est un problème ».

Ensuite, elles observent que la musique interprétée par une femme est souvent rejetée par les programmations radio sur la base du fait qu'elle est interprétée par une femme, ce que rapporte aussi une étude citée dans la recension des écrits en ce qui a trait à la diffusion radio de la musique country (Watson, 2019). En plus de commentaires généraux pour justifier le rejet d'une chanson, comme « trop féminin », d'autres commentaires se fondent sur des critères tels que la voix et l'image. Des répondantes déplorent que ces critères se rapportent à la personne en tant que telle plutôt qu'à des dimensions musicales, comme le style ou la longueur de la chanson, sur lesquelles il leur serait possible de travailler.

Enfin, elles expliquent ces rejets par une perception, qu'elles estiment répandue, selon laquelle la musique des femmes s'adresserait seulement aux femmes, alors que la musique des hommes s'adresserait à tout le monde. Plusieurs répondantes soulignent que la faible représentation de la musique des femmes à la radio crée un effet d'entraînement, suivant lequel les festivals et salles de spectacles programment ensuite la musique des hommes qui est davantage entendue dans les stations de radio.

**En spectacle** – Pour ce qui est des festivals, des salles de concert et des bars, plusieurs répondantes soulignent se faire dire que la clientèle masculine comme féminine préfère entendre la musique d'artistes masculins, associant la musique féminine à de la « musique douce », de la musique « qui ne groove pas assez ». Elles expliquent qu'il se crée une habitude, notamment dans les bars et petites salles de spectacles, à ne programmer que des hommes, de sorte qu'une femme sent qu'elle doit prouver qu'elle y a « autant [sa] place qu'un chansonnier ». Dans le même ordre d'idées, des répondantes soulignent que la difficulté à accéder à ces lieux de spectacles, où les artistes se rencontrent et tissent des liens, accroît la difficulté à se créer un « réseau de contacts pour travailler dans le futur », ce qui crée un autre effet d'entraînement aussi décrit dans la recension des écrits.

Des femmes artistes des communautés francophones en situation minoritaire soulignent que la difficulté de se faire programmer dans une salle de concert en tant que francophones s'ajoute à celle d'être programmées en tant qu'artistes féminines. Une personne non-binaire souligne pour sa part que le projet musical qu'elle propose réduit le nombre de salles dans lesquelles elle peut jouer, parmi lesquelles très peu lui permettent de se « sentir dans un *safe space* ».

**À la direction artistique** – Dans la recension des écrits, on explique notamment la sous-représentation de la musique des femmes à la radio et dans les festivals par le fait que les femmes sont sous-représentées dans les postes de direction artistique, notamment à la programmation des radios et des festivals, ainsi qu'à la direction des maisons de disques (Cobo, 2018; Henriquez, 2019; Ministère de la Culture, 2021). Inversement, on explique que plus les femmes seront présentes dans ces fonctions, plus les programmations reflèteront la diversité.

Notre étude n'offre pas une cartographie des postes de direction artistique et du genre des personnes qui les occupent dans l'industrie musicale canadienne francophone. En revanche, des réponses à la question sur les opportunités qui semblent inaccessibles aux femmes en raison de leur genre mettent aussi en évidence la possibilité de faire de la direction artistique et de la mise en scène (9 %) (n : 235) et la possibilité de prendre part aux décisions artistiques (3 %) (n : 235). Dans ces réponses, la plupart des répondantes nomment précisément la « direction artistique de maisons de disques », autrement dit la responsabilité de découvrir de nouveaux artistes à qui proposer un contrat, la direction artistique de salles de spectacles et la direction musicale, notamment sur les plateaux de télévision et d'évènements. Plusieurs mentionnent aussi la difficulté à prendre part à des jurys. Il faut cependant souligner que certaines communautés francophones en situation minoritaire font exception à cette situation. Selon les répondantes, les postes de programmation et de direction artistique, dans les organismes de diffusion, les sociétés culturelles et les salles de spectacles, notamment, y sont plus souvent occupés par des femmes.

### Que retenir de la difficulté d'accès à des programmations musicales

En ce qui a trait à la **radio**, des répondantes perçoivent que les **attentes à l'égard de leurs propositions musicales, afin qu'elles se distinguent les unes des autres**, sont **plus élevées** qu'à l'égard des propositions masculines. Elles observent aussi que la musique interprétée par une femme est souvent rejetée par les programmations radio sur la base de **critères personnels**. Elles sentent en outre qu'elles ont plus difficilement accès à la programmation des **festivals**, des **salles de concert** et des **lieux de diffusion alternatifs** en raison d'**habitudes à programmer majoritairement des hommes** et sentent **devoir s'y prouver davantage** lorsqu'elles s'y taillent une place. Des difficultés s'ajoutent pour les femmes de la **francophonie canadienne** et les **personnes non-binaires**. La difficulté d'accès des femmes à certaines programmations musicales pourrait notamment s'expliquer, dans certains contextes, par la **difficulté d'accès des femmes à la direction artistique d'entreprises de production et de diffusion**.

## LES SENTIMENTS D'ÊTRE JUGÉE PLUS SÉVÈREMENT ET DE DEVOIR SE PROUVER DAVANTAGE EN RAISON DE SON GENRE

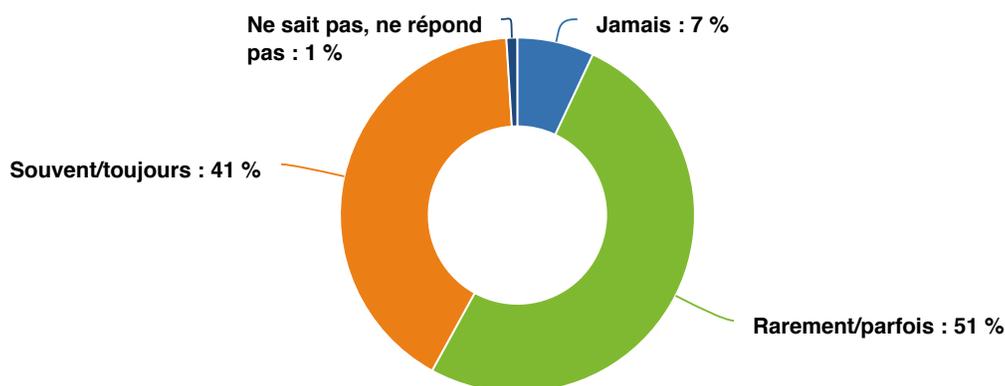
À la question portant sur le sentiment d'être jugées plus sévèrement en raison de leur genre, 41 % de l'ensemble des répondantes au questionnaire ont répondu que ce sentiment leur arrive souvent ou toujours, comme l'illustre la **figure 14**.

**Figure 14 — Sentiment de se sentir jugée plus sévèrement en raison de son genre**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QH1BR En vous rapportant à vos expériences des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), à quelle fréquence vous arrive-t-il...? De vous sentir jugée plus sévèrement en raison de votre genre dans le cadre de vos activités professionnelles?

(n : 591)



Or, il faut souligner que ce sentiment est significativement plus fréquent chez les répondantes qui se mettent en scène et cherchent à accéder à certaines programmations musicales. En effet, 52 % des **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** (n : 221) et 58 % des **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes** (n : 48) ont répondu se sentir souvent ou toujours jugées plus sévèrement en raison de leur genre. Quant aux personnes qui s'identifient comme Autochtones (n : 9), elles ont répondu souvent ou toujours en proportion de 89 %, bien que ce résultat soit moins statistiquement significatif en raison du faible nombre de répondantes s'identifiant comme Autochtones.

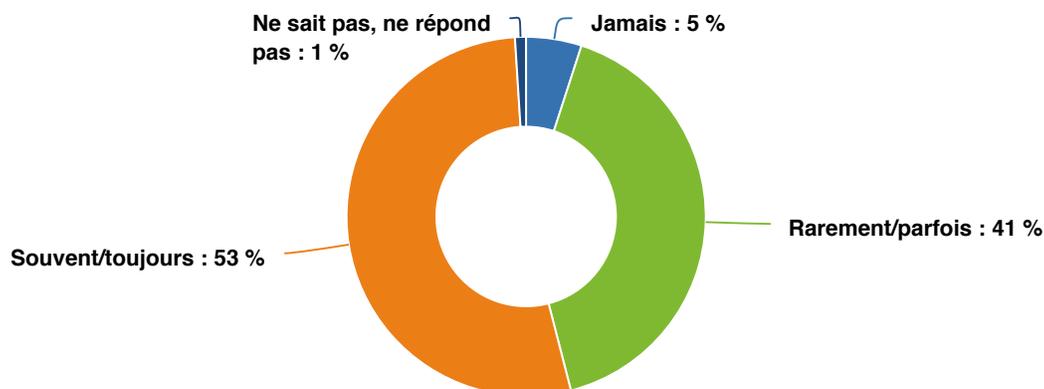
La question portant sur le sentiment de devoir se prouver davantage en raison de son genre offre une répartition semblable. En effet, 53 % de l'ensemble des répondantes ont répondu avoir souvent ou toujours le sentiment de devoir se prouver davantage en raison de leur genre, comme le montre la **figure 15**.

**Figure 15 — Sentiment de devoir se prouver davantage en raison de son genre**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QH1AR En vous rapportant à vos expériences des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), à quelle fréquence vous arrive-t-il...? De sentir que vous devez vous prouver davantage en raison de votre genre dans le cadre de vos activités professionnelles?

(n : 591)



Or, ce sentiment survient aussi significativement plus fréquemment chez les répondantes qui se mettent en scène : 63 % des **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** (n : 221) ainsi que 71 % des **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes** (n : 48) répondent qu'elles sentent souvent ou toujours devoir se prouver davantage en raison de leur genre.

Ces sentiments, également partagés par les **Professionnelles des métiers techniques**, participent à la perception des femmes que certaines opportunités de travail leur sont inaccessibles. Ils vont dans le sens des biais d'évaluation décrits dans la recension des écrits. Ces biais, bien qu'ils soient perçus par toutes les travailleuses des secteurs culturels, seraient particulièrement problématiques pour les femmes artistes (Miller, 2016, p. 124). Des répondantes artistes verbalisent ces biais en exprimant leur perception que les médias et les organismes de diffusion attendent qu'elles soient « parfaites », qu'elles « [chantent] de façon impeccable, [écrivent] de façon impeccable, [composent] de façon impeccable ».

### Que retenir des sentiments d'être jugée plus sévèrement et de devoir se prouver davantage en raison de son genre

Ces sentiments répandus chez l'ensemble des répondantes sont significativement **plus fréquents** chez les répondantes qui se mettent en scène : **52 % des Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices (n : 221)** et **58 % des Musiciennes instrumentistes et/ou choristes (n : 48)** se sentent souvent ou toujours jugées plus sévèrement en raison de leur genre. De plus, **63 % des Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices (n : 221)** et **71 % des Musiciennes instrumentistes et/ou choristes (n : 48)** répondent sentir souvent ou toujours le devoir de se prouver davantage en raison de leur genre. Ces sentiments sont possiblement le symptôme de **biais d'évaluation** que perçoivent certaines femmes artistes à l'égard de ce qui est attendu d'elles.

#### 4.2.4 — La participation à des conseils d'administration

Enfin, l'obtention d'un siège au conseil d'administration (« CA ») d'une organisation de l'industrie musicale est la quatrième des opportunités qui semblent les plus inaccessibles, présente dans 5,3 % des réponses à cette question (n : 235). Ce thème faisait aussi l'objet principal d'une autre question de notre questionnaire<sup>24</sup>. La recension des écrits nous avait en effet révélé un manque de diversité dans les CA des industries créatives, qui aurait des conséquences sur la performance des entreprises, sur la culture qui y règne, ainsi que sur leurs capacités en matière de créativité et d'innovation (Dodd, 2012; Leung, 2016; Smith et al., 2019).

#### PROFIL ET MOTIVATIONS DES RÉPONDANTES QUI SIÈGENT OU ONT DÉJÀ SIÉGÉ À UN CA

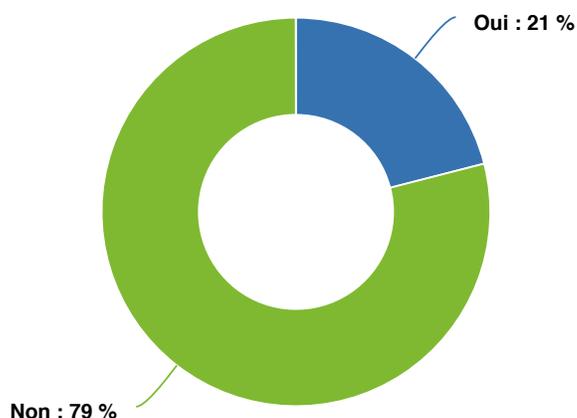
Parmi l'ensemble des répondantes à notre questionnaire (n : 591), 21 % siègent ou ont déjà siégé au CA d'une organisation privée ou publique de l'industrie musicale canadienne (voir **figure 16**).

**Figure 16 — Répondantes siégeant ou ayant déjà siégé à un CA**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

Siégez-vous ou avez-vous déjà siégé au Conseil d'administration (CA) d'une organisation privée ou publique de l'industrie musicale canadienne?

(n : 591)



Cette proportion semble augmenter en continu avec l'âge, passant de 2,5 % chez les 18-24 ans (n : 40) et de 12 % chez les 25-29 ans (n : 108) à 28 % chez les 45-54 ans (n : 87) et à 50 % chez les répondantes de 55 ans et plus (n : 54). Elle augmente également avec l'expérience, atteignant 27 % chez les répondantes qui ont 11 à 20 ans d'expérience (n : 150) (27 %) et 39 % chez celles qui ont plus de 20 ans d'expérience (n : 122) (39 %). Ce sont les répondantes dont le statut professionnel principal est **Propriétaire d'entreprise** (n : 68) et **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) qui, en plus grande proportion, siègent ou ont déjà siégé à un CA (40 % dans les deux cas). La proportion de répondantes qui siègent ou ont déjà siégé à un CA est également significativement plus élevée chez les répondantes des communautés francophones en situation minoritaire (n : 67) dans une proportion de 37 %, par rapport à 19 % pour les répondantes du Québec (n : 524).

24. Siégez-vous ou avez-vous déjà siégé au conseil d'administration (CA) d'une organisation privée ou publique de l'industrie musicale canadienne? Base : ensemble des répondantes, n : 591.

Quand on demande aux répondantes qui siègent ou ont déjà siégé à un CA (n : 121) ce qui les a principalement motivées à le faire<sup>25</sup>, elles indiquent le désir de prendre part aux décisions qui concernent leur secteur en proportion de 66 %. Vient ensuite le fait de répondre à une invitation qu'on leur a formulée (20 % des réponses), puis le désir d'accroître leurs opportunités de réseautage (7 %). Parmi les autres motivations nommées, soulignons le désir de donner voix à une population en marge (2 % des réponses). Sur les 12 personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre ayant répondu au questionnaire, 5 siègent ou ont déjà siégé à des CA et certaines de ces personnes ont précisé souhaiter ainsi donner une voix aux personnes non-binaires sous-représentées dans le secteur musical.

Quant aux répondantes provenant de communautés francophones en situation linguistique minoritaire, certaines d'entre elles ont précisé en groupes de discussion que participer à des CA leur permet de faire valoir les intérêts des francophones de leur région, en se faisant les porte-paroles des artistes francophones, en les faisant connaître, en améliorant leur accès aux ressources et en faisant respecter le bilinguisme dans la tenue d'événements publics. De plus, cet investissement de leur temps pour les CA d'organismes de diffusion, par exemple, leur permet d'entrevoir plus de possibilités de diffusion pour les artistes de leurs communautés, en créant des liens avec des artistes et des organismes de diffusion de l'ensemble du Canada.

En groupes de discussion, des répondantes, sans égard à leur provenance et à leur identité de genre, ont indiqué que leur participation à des CA leur servait à donner cette voix à différentes populations «plus marginalisées dans cette industrie-là». Cela leur permet de faire valoir, par exemple, «l'importance de programmes et de projets qui s'adressent principalement aux femmes, aux personnes issues de la diversité».

### Portrait des femmes qui siègent ou ont déjà siégé à un CA et que retenir de leurs motivations

De l'ensemble des répondantes au questionnaire (n : 591), **21 % siègent ou ont déjà siégé au CA d'une organisation privée ou publique de l'industrie musicale canadienne.** Cette proportion **augmente avec l'expérience et avec l'âge**, allant jusqu'à 50 % chez les répondantes de 55 ans ou plus. Cette proportion est aussi plus importante chez les **Propriétaires d'entreprise** et chez les **Hautes dirigeantes ou cadres supérieures** (40 % dans les deux cas), ainsi que chez les répondantes des **communautés francophones en situation minoritaire** (37 %). La principale motivation à siéger à un CA consiste à désirer **prendre part aux décisions qui concernent son secteur**. Il faut également souligner un désir pour certaines personnes de **donner voix à une population en marge**, comme les **personnes non-binaires** et les **personnes issues de la diversité**.

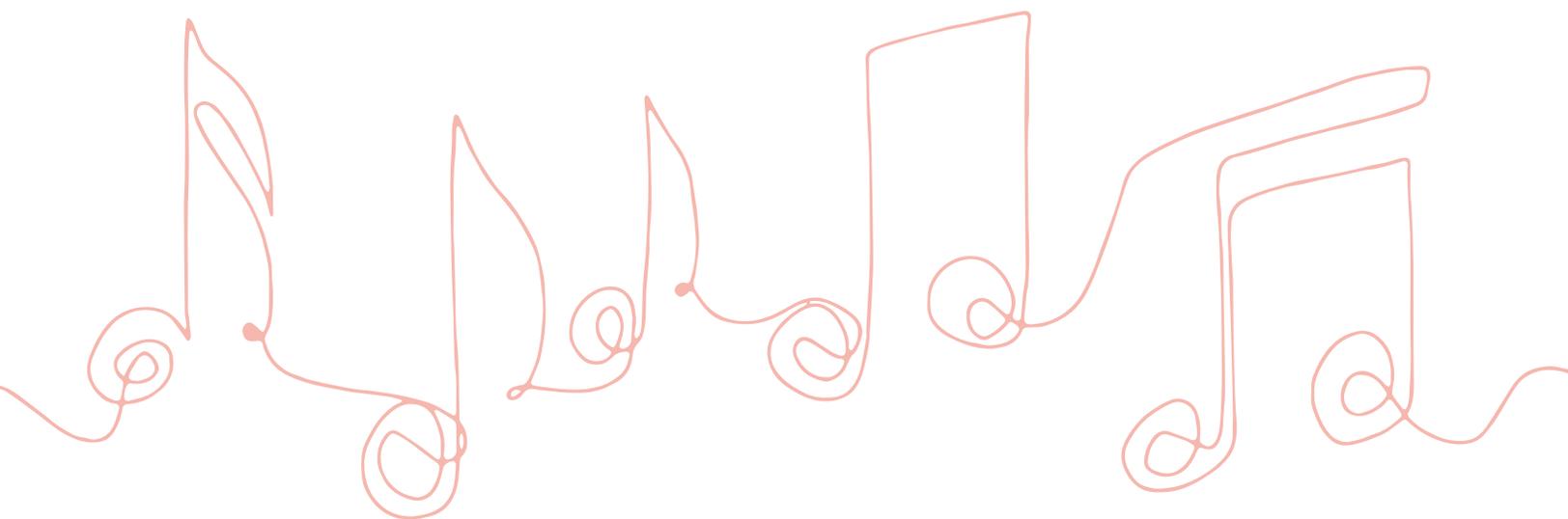
25. En pensant à votre expérience la plus récente sur un CA, qu'est-ce qui vous a principalement motivée à y siéger? Base : répondantes ayant répondu siéger sur un CA, sans la non-réponse, n : 121.

## LES BARRIÈRES À SIÉGER À UN CA

Sur l'ensemble de nos répondantes au questionnaire (n : 591), 79 % n'ont jamais siégé à un CA, comme le montre la **figure 16** ci-dessus. Ce sont les répondantes dont le statut professionnel principal est **Autre employée** (n : 144) qui, dans la plus faible proportion (7 %), siègent ou ont déjà siégé à un CA. Pourtant, lorsqu'elles y siègent, ce sont ces répondantes qui témoignent de la plus grande satisfaction. À une question leur demandant d'évaluer sur une échelle de 1 à 7 (1 = pas du tout; 4 = moyennement; 7 = extrêmement) leur satisfaction quant à leur apport au dernier CA auquel elles ont siégé<sup>26</sup>, les répondantes de cette catégorie donnent une moyenne de 5,9 sur 7, par rapport à 5,3 sur 7 pour l'ensemble des personnes qui siègent ou ont déjà siégé à un CA.

**Une barrière contextuelle** – En groupes de discussion, des répondantes ont souligné que le fait que seules les personnes à la tête des organisations, souvent les personnes qui les ont fondées, aient accès à certains CA vient limiter l'accès aux femmes, qui occupent souvent des postes de soutien dans les organisations (voir sous-section 4.2.2). Des répondantes en entretien et en groupes de discussion racontent cependant observer des changements. Certaines notent une ouverture à ce que les sièges puissent être distribués autant à la personne à la tête de l'organisation qu'à une personne ayant un poste moins élevé dans la hiérarchie, ce qui ouvre la porte à ce que davantage de femmes occupent ces postes.

**Des barrières perçues** — Au-delà de cette barrière contextuelle liée au poste occupé dans l'organisation représentée sur un CA, pour laquelle des pistes de solution sont déjà explorées, 24 % des 467 répondantes n'ayant jamais siégé à un CA expriment que cela ne les intéresse tout simplement pas, comme l'illustre la **figure 17**. De plus, 1 % ne sont pas au courant qu'une telle possibilité existe. Bien que certaines femmes puissent ne jamais développer d'intérêt pour un tel engagement, des répondantes en groupes de discussion soulignent que du travail reste à faire pour intéresser davantage de femmes du secteur musical canadien francophone, incluant des personnes issues de la diversité et de différents milieux musicaux, à siéger à des CA. En outre, 64 % de répondantes invoquent des barrières relevant de leur perception, et non directement de contraintes imposées par le contexte.



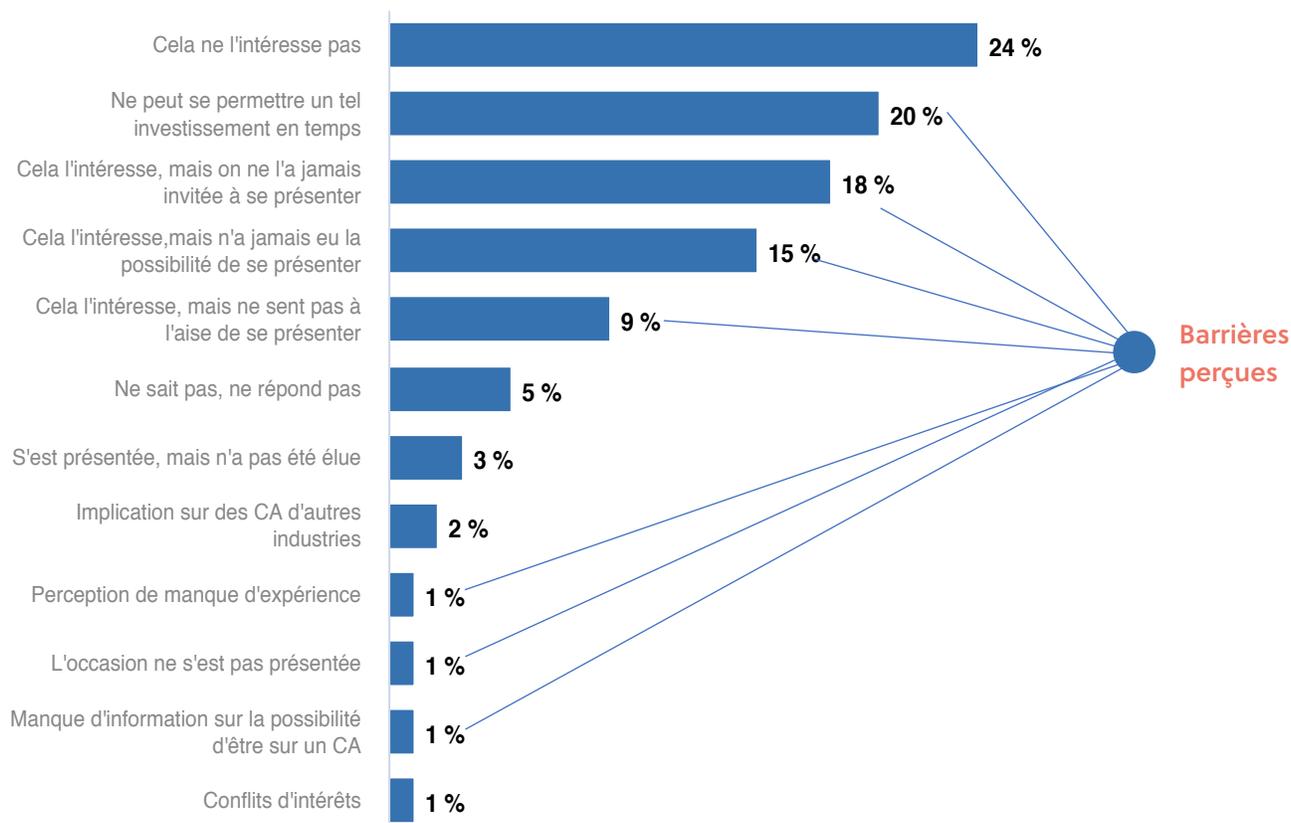
26. En pensant à votre expérience la plus récente sur un CA, dans quelle mesure êtes-vous satisfaite de l'apport que vous y avez ou que vous y avez eu? Base : répondantes ayant répondu siéger sur un CA, n : 122.

### Figure 17 — Raisons principales de ne pas avoir siégé à un CA

Base : répondantes ayant indiqué n'avoir jamais siégé à un CA, n : 467.

QC4 Quelle est la raison principale de ne pas avoir siégé sur un CA?

(n : 467)



Étant donné que ces répondantes n'ont pas donné pour principale raison le manque d'intérêt, nous pouvons supposer que de siéger à un CA les intéresse, mais que les barrières qu'elles perçoivent les empêchent de se présenter à un tel poste. Il apparaît donc important de mieux comprendre ces barrières perçues.

#### Manquer de temps

D'abord, 20 % des répondantes n'ayant jamais siégé à un CA invoquent qu'elles ne peuvent se permettre un tel investissement de temps. À partir de précisions apportées en groupes de discussion, il est possible d'esquisser une répartition en deux ensembles des répondantes ayant donné cette raison. Les premières craignent de manquer de temps pour accomplir les tâches relevant de leur statut professionnel principal. Les secondes mentionnent plutôt qu'elles offrent déjà du bénévolat sous de multiples autres formes dans le secteur musical (voir sous-section 4.1.2). Elles soutiennent ainsi que le fait de ne pas avoir le temps de « [...] s'impliquer sur des CA et des comités » ne les empêche pas « d'exercer du leadership dans l'industrie ». Pour les premières, manquer de temps pour siéger à des CA peut être source d'insatisfaction à l'égard du leadership qu'elles aspirent à exercer. Pour les secondes, en revanche, le manque de temps n'est pas à voir comme une barrière à l'exercice du leadership puisque, selon elles, ce dernier ne passe pas seulement par la voie des CA.

En groupes de discussion, les femmes ont aussi souligné que le manque de temps n'est pas une raison aussi souvent invoquée par les hommes. Des répondantes relatent avoir invité des femmes à siéger à des CA. Après une mûre réflexion, ces femmes concluaient qu'elles n'en avaient pas le temps, alors que des hommes dans des statuts professionnels équivalents acceptaient la même invitation sans hésiter. Une répondante en groupe de discussion explique que, selon son interprétation, les hommes intègrent plus facilement ce genre d'engagement à leurs heures régulières de travail, tandis que les femmes l'ajoutent à ces heures, le font « en extra ». Elle en appelle à remettre en perspective la description de certains postes, notamment les postes de direction, afin que les heures à consacrer à des CA soient systématiquement incluses dans la description de la charge régulière de travail, plutôt que de laisser cela libre à l'interprétation de l'employée qui peut alors penser qu'elle doit le faire en sus de sa charge régulière.

### **Ne pas être invitée**

Ensuite, 18 % expriment que cela les intéresse, mais qu'on ne les a jamais invitées à se présenter à un CA et 16 % expriment que cela les intéresse, mais qu'elles n'ont jamais eu la possibilité de le faire ou que l'occasion ne s'est pas présentée.

### **Ne pas se sentir à l'aise**

Puis, 9 % répondent que cela les intéresse, mais qu'elles ne se sentent pas à l'aise de se présenter, ce qui corrobore les réponses à la question portant sur les opportunités qui semblent inaccessibles aux répondantes. Dans ces réponses, des femmes et des personnes non-binaires nuancent en soutenant qu'elles ne trouvent pas cette opportunité inaccessible, mais plutôt intimidante du fait que les CA sont majoritairement occupés par des hommes. Certaines parlent d'une « gêne » à « prendre leur place », « prendre la parole » et « jouer du coude » pour occuper des rôles plus politiques dans des réseaux essentiellement masculins. Elles expriment aussi une difficulté à avoir confiance, sur base de leur expérience, en la pertinence de leurs propos, tout en soulevant le désir de se défaire de ce qu'elles appellent une sorte d'« humilité » qu'elles ne perçoivent pas chez leurs pairs masculins.

Elles soulignent que, pour relever ce défi, « l'égalité est importante » et que se sentir « appuyée[s] par un groupe de femmes » dans les CA, autrement dit s'y retrouver avec plusieurs autres femmes, leur donnerait confiance, plutôt que d'être « seules en représentation de [leur] sexe ». De plus, une répondante en groupe de discussion souligne que, dans ces environnements majoritairement masculins, la documentation est souvent écrite au masculin générique. Cela peut avoir pour effet qu'une femme ou une personne de la diversité de genre ne s'y sente pas invitée ni à l'aise.

### **Sentir que l'on manque d'expérience**

Enfin, 1 % des répondantes expriment qu'elles ne se sentent ni assez compétentes ni assez expérimentées dans l'industrie musicale pour siéger à un CA.

En somme, ce sont 64 % des répondantes n'ayant jamais siégé à un CA (n : 467) qui perçoivent des barrières, parmi lesquelles on peut inclure des répondantes qui estiment exercer du leadership autrement, en plus des 25 % que cela n'intéresse pas ou qui ne sont pas au courant de la possibilité qu'elles aient de siéger à des CA. Compte tenu de l'influence que pourraient avoir des femmes sur certaines décisions prises dans les CA des organisations du secteur musical, des répondantes ont raconté avoir participé à des initiatives pour attirer des femmes dans les CA. Malgré la grande quantité de femmes qu'elles connaissent et qui auraient amplement les compétences pour occuper de tels sièges, elles témoignent trouver cela difficile de les attirer, pour toutes les raisons évoquées plus haut. Pour répondre à la barrière contextuelle et aux barrières perçues à siéger aux CA, plusieurs pistes seront approfondies dans la partie 5.

## Que retenir des raisons de ne pas siéger à des CA

De l'ensemble des répondantes au questionnaire (n : 591), **79 % n'ont jamais siégé à un CA**. Celles dont le statut professionnel principal est Autre employée y siègent dans une proportion significativement plus faible (7 %). Pourtant, lorsqu'elles y siègent, ce sont ces répondantes qui témoignent de la plus grande satisfaction. Deux types de barrières semblent freiner l'accès des femmes à ces postes de prise de décision. Le premier type de **barrières** est **contextuel** : il correspond au fait qu'à certains CA, seules les personnes à la tête des organisations peuvent occuper un siège, ce qui limite l'accès aux femmes qui occupent des postes correspondant au statut Autre employée. Le second type regroupe des **barrières perçues** : les femmes perçoivent **manquer de temps**, se disent intéressées, mais se limitent **faute d'avoir été invitées** ou expriment **ne pas se sentir à l'aise** de siéger à un CA. En effet, la faible proportion de femmes dans chaque CA peut rendre cette expérience intimidante. Le caractère peu inclusif de la documentation semble aussi alimenter ce manque d'aisance chez certaines répondantes.

### 4.3 — Des défis transversaux

Tandis que les opportunités qui semblent inaccessibles aux femmes dans le secteur musical canadien francophone se rattachent davantage à certains corps de métier (voir section 4.2), un ensemble de défis transversaux sont ressortis des différentes étapes de l'étude. Nous qualifions ces défis de transversaux parce qu'ils touchent les femmes de tous les corps de métier, à des intensités variables et dans des modalités différentes selon le statut professionnel principal dans certains cas. Des distinctions s'observent aussi selon un ensemble de caractéristiques sociodémographiques, comme l'âge, le nombre d'années d'expérience, le fait de s'identifier comme Autochtones, membres de minorités visibles et membres de la communauté LGBTQ2+<sup>27</sup> et selon le style musical, pour ne donner que ces exemples. Nous abordons dans les pages suivantes ces défis transversaux en commençant par les préoccupations ayant initialement donné lieu à cette étude, en lien avec la maternité, comme mentionné en introduction de ce rapport. Nous poursuivons avec les défis liés à l'aisance et au réseautage, au vieillissement, puis à la durabilité des carrières et à la santé des femmes. Pour tous ces défis, lorsque c'est pertinent, nous faisons ressortir la diversité de leur expérience en lien avec les caractéristiques personnelles et contextuelles susmentionnées.

#### 4.3.1 — La décision de devenir mère

La recension des écrits nous a révélé des défis liés au potentiel de devenir mère dans les secteurs culturels, qui sont susceptibles d'influencer la décision de le devenir ou de ne pas le devenir (voir, p. ex., Wing-Fai *et al.*, 2015). Ces défis concernent aussi des femmes qui ne sont pas mères. Ils se distinguent à certains égards des défis ressentis par les mères. Pour cette raison, nous avons choisi d'aborder la maternité en deux temps. Nous approfondissons d'abord, dans cette sous-section, ce qui influence la décision de devenir mère ou de ne pas le devenir, tant chez les femmes qui sont mères que chez celles qui ne le sont pas. Puis, nous nous penchons dans la sous-section suivante (4.3.2) sur la maternité en tant que telle et sur les défis qui la caractérisent, en lien notamment avec la conciliation travail-famille.

27. Lesbiennes, Gais, Bisexuels, Transgenres, Queers et Bispirituels. La lettre « Q » désigne parfois les personnes en questionnement. (Gouvernement du Canada, s.d.)

## UNE INFLUENCE IMPORTANTE DE LA CARRIÈRE SUR LA DÉCISION DE DEVENIR MÈRE

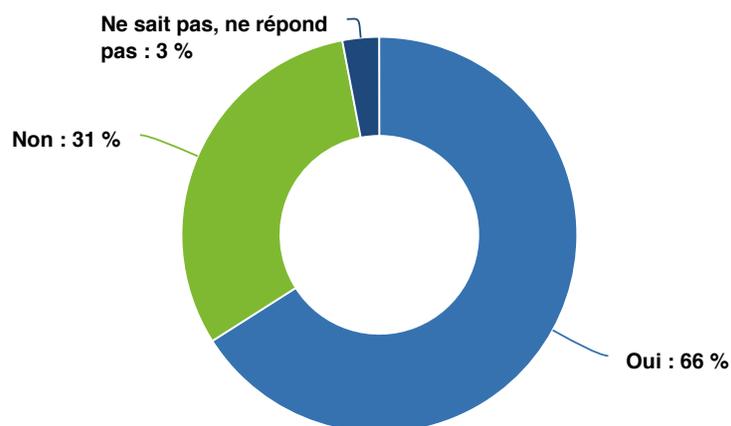
Dans le secteur musical canadien francophone, la carrière influence grandement la décision de devenir mère. Comme le montre la **figure 18**, 66 % des 591 répondantes au questionnaire, soit 392 femmes, indiquent que leur carrière exerce une influence sur les décisions qu'elles ont prises ou qu'elles pourraient prendre de devenir mères. Dans ce résultat, aucune différence significative n'est associée au fait d'être mère d'enfant(s) à charge<sup>28</sup>. Cela signifie que la carrière influence aussi la décision de ne pas devenir mère.

**Figure 18 — Influence de la carrière sur la décision de devenir mère**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QJ1 Votre carrière a-t-elle une influence sur les décisions que vous avez prises ou que vous pourriez prendre de devenir mère?

(n : 591)



Il est à noter que la proportion de femmes reconnaissant l'influence de leur carrière sur ces décisions de vie est significativement plus élevée chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48). Ce sont respectivement 81 % et 79 % d'entre elles qui répondent que leur carrière influence les décisions qu'elles ont prises ou qu'elles pourraient prendre de devenir mères. Il semble donc important de comprendre la nature de cette influence, de même que les facteurs qui y participent.

Ainsi, aux 392 participantes au questionnaire reconnaissant l'influence de leur carrière sur leur décision de devenir mères, nous avons demandé d'expliquer de quelle façon leur carrière exerce cette influence. Nous avons traité les réponses à cette question ouverte de deux façons. Un premier traitement a consisté à distinguer la nature de l'influence de la carrière sur la décision de devenir mère ou de ne pas le devenir. Un second traitement a consisté à identifier les différents facteurs en lien avec la carrière qui exercent cette influence, quelle que soit la nature de cette influence et de la décision prise, s'il y a lieu.

28. Comme mentionné dans la section 4.1, nous désignons dans ce rapport par l'expression « mère d'enfant(s) à charge » les répondantes qui avaient au moment de répondre au questionnaire ou dans les cinq années précédentes un ou des enfants à charge. Il sera question de ces répondantes de façon plus approfondie dans la sous-section 4.3.2.

## Que retenir de l'influence de la carrière sur la décision de devenir mère

De l'ensemble des répondantes au questionnaire (n : 591), **66 %** déclarent que **leur carrière exerce une influence sur les décisions qu'elles ont prises ou qu'elles pourraient prendre de devenir mères**. La proportion de femmes dont la carrière exerce une influence sur ces décisions est significativement **plus élevée** chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice (n : 221)** et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste (n : 48)**. En moyenne, **80 %** de ces deux catégories de répondantes déclarent que leur carrière exerce une influence sur ces décisions.

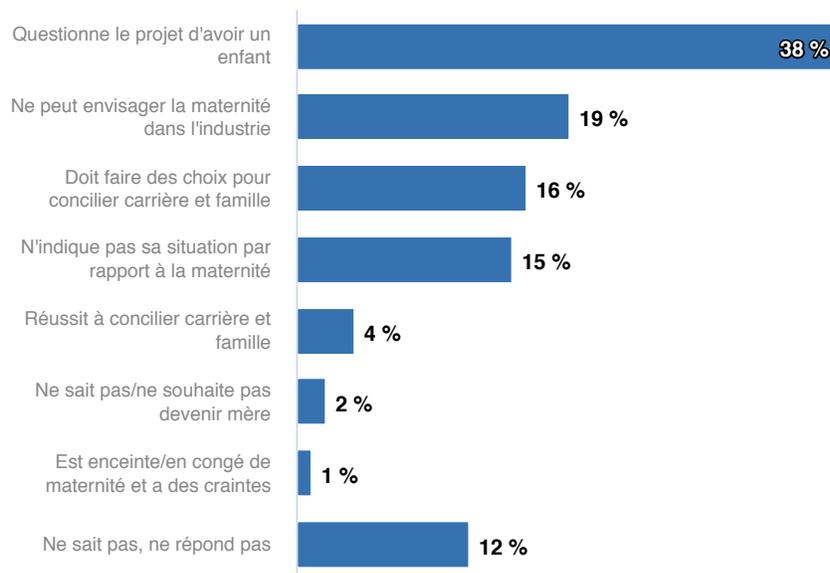
### REPORTER OU REMETTRE EN QUESTION LE PROJET DE DEVENIR MÈRE OU D'AGRANDIR LA FAMILLE

La **figure 19** résume d'abord les différentes influences de la carrière sur la décision de devenir mère ou de ne pas le devenir.

#### Figure 19 — Nature de l'influence de la carrière sur la décision de devenir mère

Base : répondantes ayant indiqué que leur carrière influence les décisions qu'elles ont prises ou pourraient prendre de devenir mères, n : 392.

QJ2AV1G Expliquez de quelle façon votre carrière influence les décisions que vous avez prises ou que vous pourriez prendre de devenir mère.  
(n : 392)



On observe que 38 % de ces 392 femmes remettent en question ou reportent à un moment ou un autre de leur carrière le projet d'être mères ou d'agrandir la famille. Nous n'observons aucune différence statistiquement significative quant au statut professionnel principal des femmes ayant donné cette réponse. L'analyse des explications données par les répondantes à cette question nous indique qu'elles sont nombreuses à souligner qu'elles attendent le « bon moment pour tomber enceinte », et ce, qu'elles soient artistes, entrepreneures ou employées.

Quant au projet d'agrandir la famille, des répondantes expriment qu'elles arrivent à gérer la charge d'un enfant, mais qu'elles ne peuvent s'imaginer en accueillir un autre dans leur situation. Elles expliquent cela par le « manque de sécurité d'emploi », par le niveau élevé d'exigences mentales et physiques ainsi que par le manque d'adaptation (conciliation travail-famille) de leur milieu de travail. Certaines expriment avoir recommencé à travailler très tôt après un premier congé de maternité afin d'éviter de refuser des contrats et hésiter à avoir un deuxième enfant pour cette même raison.

### Que retenir du fait de remettre en question ou reporter le projet de devenir mère ou d'agrandir la famille

Des 392 femmes reconnaissant l'influence de leur carrière sur leur décision de devenir mères, **38 % remettent en question ou reportent à un moment ou un autre de leur carrière le projet d'être mères ou d'agrandir la famille**. Cela concerne des femmes de tous les statuts professionnels. Celles qui remettent en question le projet de devenir mères expriment des **craintes à l'égard de l'avancement de leur carrière ou de leur entreprise**, ainsi qu'à l'égard des **ressources dont elles disposeraient pour s'occuper de leur famille**. Celles qui **remettent en question le projet d'agrandir la famille** peinent à imaginer comment elles arriveraient à s'occuper de plus d'un enfant compte tenu des **exigences de leur carrière** et des **conditions dans lesquelles elles concilient travail et famille**. Enfin, 1 % de ces 392 répondantes déclaraient être enceintes ou en congé de maternité au moment de répondre au questionnaire et exprimaient des **craintes quant à leur retour au travail**.

Enfin, 1 % de ces 392 répondantes déclaraient être enceintes ou en congé de maternité au moment de répondre au questionnaire et exprimaient des questionnements, souvent sous forme de craintes et d'« angoisses assez importantes » quant à leur retour au travail. Ces craintes portent sur la possibilité de concilier le travail et la famille<sup>29</sup> tout en entretenant un équilibre mental sain. Des travailleuses autonomes parlent de la pression qu'elles se sont mises de générer un maximum de revenus l'année précédant leur congé de maternité—l'allocation des prestations pour le congé parental au Québec pour ces travailleuses étant calculée suivant un pourcentage des revenus de l'année précédente. D'autres travailleuses dans cette situation envisagent de « mettre les bouchées doubles au retour de [leur] congé » en vue de rattraper leur absence. Les remises en question de la maternité touchent donc des femmes qui ne sont pas encore mères comme des femmes qui le sont devenues, en ce qui a trait aux conditions dans lesquelles elles envisagent la conciliation travail-famille.

## RENONCER AU PROJET DE DEVENIR MÈRE

En plus de celles qui remettent en question ou reportent le projet de devenir mères ou d'agrandir la famille, 19 % des 392 femmes dont la carrière influence la décision de devenir mères expriment qu'elles ne peuvent tout

29. La conciliation travail-famille sera définie et approfondie dans la sous-section 4.3.2.

simplement pas envisager la maternité en demeurant dans le secteur musical canadien francophone. Cette proportion exclut les 2 % de répondantes qui, tout simplement, expriment ne pas souhaiter avoir d'enfant. Ces 19 % de répondantes correspondent à des femmes qui auraient pu le souhaiter, mais qui, pour les mêmes raisons que celles évoquées pour remettre en question ou reporter le projet de devenir mère, indiquent qu'elles ne peuvent pas envisager de concilier les deux. Ces femmes font ainsi le choix de la carrière plutôt que celui de la famille. Certaines vont jusqu'à exprimer qu'elles ont eu à faire un « sacrifice », celui d'avoir des enfants, bien qu'elles soient conscientes de l'existence de femmes qui sont arrivées à concilier les deux.

Aucune différence statistiquement significative n'est observée quant au statut professionnel principal des femmes ayant donné cette réponse. L'analyse de leurs réponses révèle que des artistes (toutes catégories confondues), des entrepreneures, des employées (toutes catégories confondues) et des pigistes évoquent des facteurs similaires en lien avec leur carrière, qui ont influencé la décision de ne pas devenir mères. Pour ces femmes, la carrière dans le secteur musical canadien francophone apparaît donc inconciliable avec la maternité.

### Que retenir du fait de renoncer au projet de devenir mère

Parmi les 392 femmes reconnaissant l'influence de leur carrière sur leur décision de devenir mères, **19 %** expriment avoir **renoncé à cette possibilité, même si elles auraient pu la souhaiter**. Elles ne peuvent pas envisager de concilier la carrière dans le secteur musical et la famille et ont fait le **choix de la carrière**. Cela concerne des femmes de tous les statuts professionnels.

## FAIRE DES CHOIX PROFESSIONNELS POUR CONCILIER CARRIÈRE ET FAMILLE

Notons aussi que 16 % des 392 femmes dont la carrière influence la décision de devenir mères indiquent être arrivées à concilier carrière et famille en faisant « des choix » ou « des compromis » dans leur carrière. Certaines en parlent aussi comme de « sacrifices » sur le plan professionnel. Encore là, nous n'observons aucune différence statistiquement significative quant au statut professionnel principal des femmes ayant donné cette réponse.

Les choix décrits par les répondantes consistent généralement à refuser des « engagements », des « responsabilités », des « opportunités », notamment celles qui impliquent de travailler tard le soir ou la fin de semaine ou encore de s'éloigner du foyer familial. Plusieurs mentionnent avoir interrompu les déplacements internationaux depuis qu'elles ont des enfants et plusieurs artistes témoignent avoir arrêté de donner des spectacles et de partir en tournée depuis qu'elles sont mères. Certaines de ces artistes racontent avoir réussi à adapter leurs tournées de spectacles, en condensant les spectacles sur un territoire donné et en établissant des trajets favorisant la logistique familiale, que ce soit pour amener leurs enfants sur la route avec elles ou pour s'éloigner moins longtemps du foyer familial. Cependant, quelques-unes précisent être incapables d'imaginer comment adapter leurs tournées avec plus d'un enfant.

Certaines de ces répondantes racontent avoir attendu que leurs enfants soient plus grands et autonomes pour lancer leur carrière, avoir mis leur carrière en pause le temps d'élever de jeunes enfants, avoir « adapté » ou « réorienté » leur carrière après avoir eu un ou des enfants, afin d'accéder à des conditions de vie plus facilement conciliables avec la vie de famille. Cette adaptation peut avoir pour conséquence le renoncement à certaines activités professionnelles, notamment les tâches de création musicale requérant « la liberté de temps et d'esprit que la jeune maternité procure très difficilement », comme l'exprime une artiste, ainsi que les tournées de spectacles. Elle mène dans certains cas des femmes à se trouver un emploi complémentaire hors de la musique

pour subvenir aux besoins de la famille lorsqu'elles ont de jeunes enfants. Certaines d'entre elles, dont les enfants sont devenus plus autonomes, témoignent d'un retour difficile aux activités mises en veille, comme les tâches de création musicale et la tournée.

### Que retenir du fait de faire des choix professionnels pour concilier carrière et famille

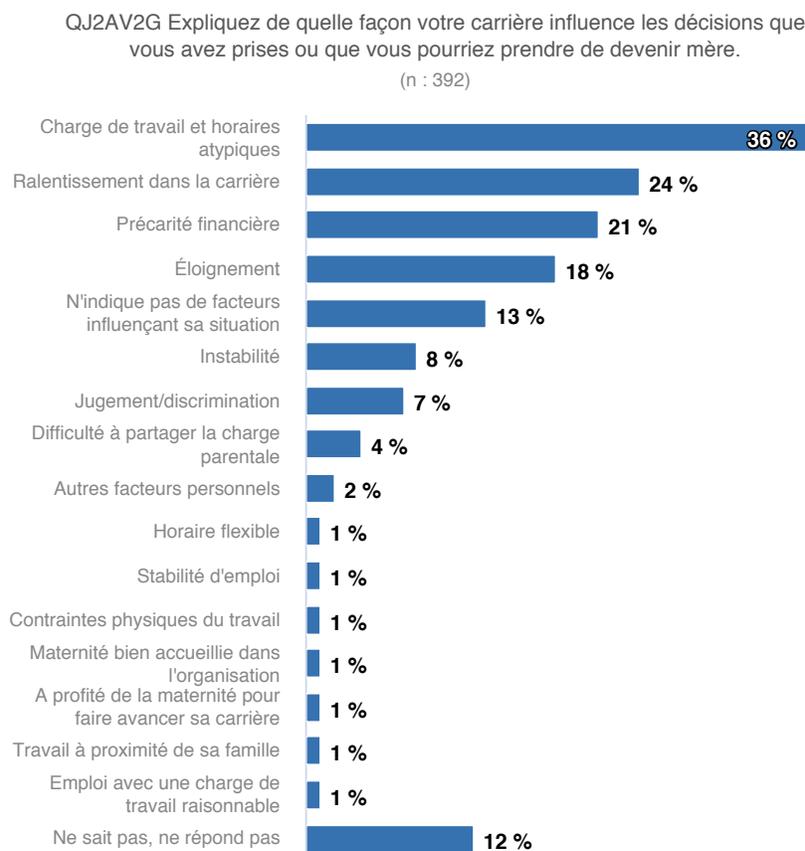
Parmi les 392 femmes reconnaissant l'influence de leur carrière sur leur décision de devenir mères, **16 %** expriment être arrivées à **concilier le travail et la famille** en faisant **certains choix professionnels**. Ces choix peuvent consister à **refuser des engagements qui imposent l'éloignement du foyer familial**, à **suspendre certaines activités professionnelles** le temps d'élever de jeunes enfants ou encore à **adapter leur carrière après avoir eu un ou des enfants** afin de faciliter la conciliation travail-famille. Ce peut être d'adapter leurs tournées de spectacles, en condensant les spectacles sur un territoire donné et en établissant des trajets favorisant la logistique familiale, que ce soit pour amener leurs enfants sur la route ou pour s'éloigner moins longtemps du foyer familial. Cependant, quelques-unes précisent être incapables d'imaginer comment adapter leurs tournées avec plus d'un enfant. De plus, ces adaptations peuvent **éloigner les femmes de certaines activités**, notamment la **création musicale** et certains types de **tournées**, auxquelles il peut être difficile de revenir plus tard dans leur carrière.

### LES FACTEURS QUI INFLUENCENT LA DÉCISION DE DEVENIR MÈRE

La **figure 20** synthétise ensuite les différents facteurs soulevés par les 392 répondantes dont la carrière influence la décision de devenir mères. Ces facteurs sont soulevés sans que des différences statistiquement significatives soient observables en fonction du profil des répondantes et de la décision qu'elles ont prise. Cela signifie que ces facteurs peuvent mener une femme à remettre en question ou reporter le projet de devenir mère ou d'agrandir la famille, à y renoncer ou encore à faire des choix de carrière pour parvenir à concilier les deux.

## Figure 20 — Facteurs influençant la décision de devenir mère

Base : répondantes ayant indiqué que leur carrière influence les décisions qu'elles ont prises ou pourraient prendre de devenir mères, n : 392.



**La charge de travail et les horaires atypiques** – Ce facteur est présent dans 36 % des réponses données pour expliquer de quelle façon la carrière influence la décision de devenir mère. Ces réponses concernent d'abord la quantité de temps et d'énergie requise pour exercer les tâches liées à la carrière. Des répondantes de tous statuts professionnels parlent d'un travail «demandant», «exigeant en temps et en énergie». Ces réponses concernent ensuite un sentiment de devoir être disponibles constamment, pour «maintenir des liens», «créer des opportunités», saisir des contrats de travail et rencontrer des clients, dans le cas des pigistes, des entrepreneures et des artistes, par exemple. Des répondantes expriment l'impression «de devoir être partout» et le sentiment qu'il est «impossible de partir un an du travail», de s'absenter «trop longtemps» et que de «refuser des contrats est assez mal vu dans le milieu». Ces réponses concernent enfin certains horaires de travail, qui imposent de travailler les soirs et la fin de semaine ou de s'éloigner de façon prolongée du foyer familial. Elles sont ainsi nombreuses à parler de la «flexibilité d'horaire» qui est «primordiale pour l'avancement dans le milieu», mais difficilement conciliable avec la vie de famille. Une artiste exprime d'ailleurs sa peur «de ne pas pouvoir être assez présente» pour d'éventuels enfants.

**La crainte d'un ralentissement dans la carrière** – Le second facteur d'influence le plus souvent cité, dans 24 % des réponses, concerne la crainte que la maternité se conjugue à un « ralentissement dans la carrière » ou « nuise à l'avancement professionnel ». Des répondantes de tous statuts professionnels expriment la peur de « mettre en jeu [leur] carrière », de « perdre [leur] place », de « perdre [leur] chance de s'établir dans le milieu » ou d'être « mises de côté ». Elles craignent « de se faire "sortir du circuit" parce qu'on a été absente[s] trop longtemps des contrats qu'on aurait pu se voir offrir en temps normal », car « l'absence est vite remplacée dans le milieu ». Elles parlent de leur profession comme reposant sur des « relations de confiance » et craignent que la maternité fragilise ces liens essentiels à leur avancement professionnel. Dans les réponses, l'absence causant le ralentissement concerne autant le congé de maternité que la disponibilité moindre à la carrière à partir du moment où la femme se consacre aussi à sa famille.

Des artistes en émergence attendent « de vivre convenablement de [leur] métier », d'avoir atteint « une certaine notoriété », d'être « reconnue[s] dans [leur] domaine avant de pouvoir tomber enceinte ». Certaines d'entre elles soulignent ne pas avoir connu de modèles de femmes devenues mères avant d'avoir obtenu un certain succès. En revanche, des artistes ayant atteint la notoriété espérée disent repousser l'idée de la maternité à plus tard « pour profiter au maximum des contrats qui [leur] sont offerts ». Quant aux employées et propriétaires d'entreprises, elles craignent que leur départ en congé de maternité puisse « mettre l'équipe dans le pétrin », « rendre les artistes inquiets ». Elles justifient le report de la décision de devenir mère par la responsabilité qu'elles se donnent de bien « préparer les gens, l'entreprise », dans le contexte d'une « industrie constamment en mouvement, en action, avec des postes multitâches et peu de ressources internes ». Des entrepreneures disent avoir senti le besoin « d'établir [leur] compagnie avant d'avoir des enfants ». L'une d'elles exprime le sentiment « que la maternité rimerait avec "échec", "ralentissement" et "déception" par rapport à ma carrière ».

Certaines répondantes expliquent que cette crainte leur vient de leurs propres perceptions ou expériences. Par contraste, quelques-unes parlent de conseils reçus « de ne pas avoir d'enfants pour rester à flot dans [leur] carrière ». Certaines mentionnent aussi des stratégies personnelles pour minimiser le ralentissement appréhendé, comme d'avoir des « enfants rapprochés pour que la maternité ne soit pas un frein sur une longue période » ou d'avoir des enfants à de longs intervalles afin de disposer du temps pour mettre certains projets sur pied entre deux naissances. Quelques répondantes parlent d'« iniquité » et d'« injustice » en disant observer ou avoir vécu des situations où la parentalité n'a affecté que l'avancement de la carrière de la mère dans les couples hétérosexuels, ce qui leur donne l'impression que les femmes risquent davantage dans leur carrière que les hommes lorsqu'elles embrassent la maternité.

**La précarité financière et l'instabilité** – Leurs craintes et questionnements s'expriment aussi à l'égard des ressources, en temps et en argent, dont elles disposeraient pour s'« occuper adéquatement » de leurs enfants. Dans 21 % des réponses figure la précarité financière, qui revient aux salaires parfois peu élevés dans le cas des employées, ainsi qu'aux revenus instables des artistes, entrepreneures et pigistes, qui perçoivent que « devenir mère serait une décision difficile à prendre financièrement », comme l'exprime une répondante. Ce facteur s'apparente ainsi au facteur de l'instabilité, qu'on retrouve avec plus de précision dans 8 % des réponses, en référence à l'instabilité financière relevant de l'irrégularité des contrats de travail, notamment, et de l'instabilité des horaires qui rendent l'organisation de la vie familiale difficile à envisager.

Dans ces deux ensembles de réponses, des femmes craignent que leurs conditions salariales ne leur permettent pas de « subvenir aux besoins d'un enfant » ou d'« emménager dans un plus grand logement » pour accueillir un premier enfant ou agrandir la famille. D'autres parlent de « revenus qui ne sont pas constants dans le milieu ». Elles disent attendre ou espérer une plus grande « stabilité financière » ou un « niveau d'aisance financière suffisant » pour que leur carrière puisse « continuer d'avancer tout en fondant une famille ». Plusieurs parlent de la nécessité d'occuper plusieurs emplois pour subvenir à leurs propres besoins dans le secteur musical (comme exposé à la sous-section 4.1.1), mais ne pas pouvoir envisager de maintenir ce rythme de travail avec un ou des enfants.

**L'éloignement de la famille** – Dans 18 % des réponses, des femmes de toutes professions parlent d'évènements requérant des déplacements, notamment à l'étranger, qui sont compliqués, voire compromis par la grossesse et les soins à la famille. Les tournées de spectacles, dans le cas des artistes et d'agentes de spectacles accompagnant leurs artistes, de même que le démarchage requis pour le développement d'une entreprise impliquent, comme le relate une entrepreneure, « une disponibilité sur la route qui a une incidence directe sur la réalité de ma famille ». Plusieurs artistes expriment que les tournées de spectacles et la maternité leur apparaissent incompatibles. Dans les précisions apportées, certaines évoquent entre autres des soucis logistiques, de la fatigue liée au fait d'alterner les déplacements et la vie familiale, un sentiment de culpabilité à l'égard des enfants ou du parent qui reste à la maison avec les enfants et le désir d'être « près de [leurs] enfants ». Quelques personnes évoquent avoir essayé d'amener leurs enfants en tournée et avoir trouvé cela « difficile », surtout dans les cas de tournées internationales de spectacles, alors qu'à l'époque relatée, aucun soutien n'était offert pour payer les frais d'un accompagnateur ou d'une accompagnatrice pour prendre soin des enfants. Des répondantes expliquent en outre que certaines salles de spectacles et certains festivals ne disposent pas d'espace pour accueillir les enfants ou la mère qui allaite.

Plusieurs répondantes expliquent que la possibilité de s'éloigner de la famille pour honorer des engagements professionnels repose sur la possibilité que l'autre parent soit « capable et partant de s'occuper seul des enfants quand je dois voyager », comme l'écrit une répondante. De plus, la difficulté d'envisager la maternité en raison de l'éloignement de la famille semble s'accroître dans le cas de mères dont le conjoint ou la conjointe œuvre également dans un secteur culturel. D'ailleurs, 4 % des réponses abordent la difficulté à partager les responsabilités parentales, principalement dans ces cas où deux parents travaillent dans le domaine du spectacle, voire dans les mêmes projets musicaux. Les répondantes parlent de frais de garde élevés pour pallier l'absence des deux parents et d'horaires difficiles à concilier, qui font en sorte qu'il est « encore plus difficile » pour les femmes faisant partie de tels couples d'« entretenir l'idée d'avoir des enfants ».

**L'appréhension de jugements ou de discrimination** – Dans 7 % des réponses, des femmes évoquent la crainte que leur maternité soit « perçue de manière négative » par des clients, collaborateurs ou employeurs. Elles expriment des difficultés à « gagner la confiance des clients », à être « prise au sérieux » et à se « chercher un nouvel emploi » à partir du moment où elles sont mères. Plusieurs artistes craignent l'image qu'on entretiendra d'elles en tant qu'artistes, « comme si le fait d'être mères nous enlevait notre folie, nos désirs », comme l'exprime l'une d'elles. Certaines d'entre elles expriment d'ailleurs la peur de ne plus pouvoir se consacrer à leur art et de perdre leur « créativité », leur « liberté », leur « flamme pour la musique ».

Des artistes sentent que la possibilité de la maternité « affecte le désir de certaines personnes de travailler avec des artistes femmes (l'artiste est indisponible pendant une période, ses besoins changent et deviennent plus complexes après l'arrivée d'un enfant) ». À ce sujet, et comme d'autres études ont documenté certaines formes de discrimination fondées sur le potentiel de devenir mère (voir, p. ex., Becker, 2012, Wing-Fai et al., 2015), nous avons demandé aux 403 répondantes n'ayant pas d'enfant(s) à charge au moment de répondre au questionnaire d'indiquer à quelle fréquence elles sentent qu'on leur refuse un poste ou une opportunité de travail dans l'industrie de la musique en raison de leur potentiel de devenir mère. Ce sont 18 % de ces répondantes qui indiquent que ça leur est arrivé rarement ou quelques fois et 1 %, que ça leur arrive souvent ou très souvent. Le sentiment de cette discrimination est donc présent, sans être généralisé. Nous n'avons d'ailleurs observé aucune différence statistiquement significative selon le statut professionnel principal des répondantes à cette question.

**Des facteurs positifs** — Enfin, soulignons le fait que quelques femmes rapportent des facteurs en lien avec la carrière ayant positivement influencé leur décision de devenir mère. D’abord, 1 % des répondantes à cette question, qui correspondent à des entrepreneures et des employées, rapportent des horaires flexibles. Certaines entrepreneures soulignent d’ailleurs que le congé de maternité a été l’occasion de fonder leur entreprise et que leur entreprise leur donne la flexibilité de concilier travail et famille (voir sous-section 4.1.3). Ensuite, 1 % des répondantes mentionnent leur stabilité d’emploi dans le secteur musical. Cette stabilité leur donne confiance que leur poste sera toujours disponible à leur retour de congé de maternité. Enfin, un autre 1 % des répondantes à cette question soulignent que leur organisation accueille bien la maternité. Elle leur offre des conditions favorables pour concilier travail et famille.

### Que retenir des facteurs qui influencent la décision de devenir mère

La **charge de travail** est le facteur le plus souvent invoqué pour expliquer la façon dont la carrière influence la décision de devenir mère, soit dans **36 % des réponses**. Elle concerne la **quantité de temps** et la **constance de la disponibilité** requises ainsi que le **caractère atypique** de certains horaires de travail. La  **Crainte d’un ralentissement dans la carrière** influence ensuite la décision de devenir mère dans **24 % des réponses**. Elle vient autant du **congé de maternité** que de la **disponibilité moindre à la carrière** à partir du moment où la femme se consacre aussi à sa famille, et ce, chez des femmes de tous statuts professionnels. Viennent ensuite la **précarité financière et l’instabilité** (21 %), **l’éloignement de la famille** (18 %) ainsi que **l’appréhension de jugements ou de discrimination** en lien avec la maternité (7 %).

Enfin, quelques répondantes, surtout des **employées et quelques entrepreneures**, évoquent des facteurs ayant positivement influencé leur décision de devenir mère, comme les **horaires flexibles** (1 %), la **stabilité d’emploi** (1 %) et **l’accueil positif de la maternité dans leur organisation** (1 %).

#### 4.3.2 — La maternité et la conciliation travail-famille

Nous approfondissons dans cette sous-section la maternité en tant que telle et les défis qui la caractérisent, notamment en ce qui a trait à la conciliation travail-famille.

### LES MÈRES D’ENFANT(S) À CHARGE

Parmi les répondantes à notre questionnaire, 31 % avaient au moment d’y répondre ou dans les cinq années précédentes un ou des enfants à charge. Nous désignons ces 183 répondantes par l’expression « mères d’enfant(s) à charge ».

## PROFIL DES MÈRES D'ENFANT(S) À CHARGE

Cette proportion est significativement plus importante chez les répondantes qui ont entre 35 et 54 ans. En effet, 50 % des répondantes de 35-44 ans (n : 177) et 59 % des répondantes de 45-54 ans (n : 87) sont mères d'enfants à charge. En revanche, cette proportion est significativement plus faible chez les répondantes qui ont entre 18 et 34 ans. En effet, seulement 6 % des répondantes de 25-29 ans (n : 108) et 22 % des répondantes de 30-34 ans (n : 125) sont mères d'enfant(s) à charge, tandis qu'aucune répondante de 18-24 ans (n : 40) ne l'est.

Ces résultats permettent d'avancer que les femmes œuvrant professionnellement dans le secteur musical

### Portrait des mères d'enfant(s) à charge dans le secteur musical canadien francophone

Au moment d'y répondre, **31 % des répondantes au questionnaire** avaient ou avaient eu dans les cinq années précédentes **un ou des enfants à charge**. Ces femmes semblent avoir en moyenne des enfants **plus tard que dans l'ensemble de la population canadienne**, possiblement parce qu'elles sont nombreuses à reporter le projet d'avoir des enfants en raison des facteurs susmentionnés qui influencent la décision de devenir mère et qui sont en lien avec les difficultés en matière de conciliation travail-famille.

canadien ont en moyenne des enfants plus tard que dans l'ensemble de la population canadienne car, en comparaison, l'âge moyen des mères canadiennes au moment de la première naissance était de 29,2 ans en 2016 (Provencher et al., 2018). Or, parmi nos répondantes, la proportion de femmes ayant un ou des enfants à charge est significativement plus faible à cet âge. Le fait d'avoir des enfants plus tard apparaît cohérent avec la proportion de répondantes qui remettent en question ou reportent à un moment ou un autre de leur carrière le projet d'être mères ou d'agrandir la famille. Comme mentionné dans la sous-section précédente, ce sont 38 % des 392 femmes reconnaissant l'influence de leur carrière sur leur décision de devenir mères qui remettent en question ou reportent la décision de devenir mère pour des raisons liées aux difficultés en matière de conciliation travail-famille. Nous nous attardons donc dans ce qui suit à ces difficultés telles que vécues par les mères d'enfant(s) à charge.

## LES DIFFICULTÉS RESENTIES EN LIEN AVEC LA CONCILIATION TRAVAIL-FAMILLE

Pour comprendre le vécu de la conciliation travail-famille<sup>30</sup> chez nos répondantes, nous les avons questionnées sur la fréquence à laquelle elles ressentent des difficultés en lien avec cette conciliation. Comme l'illustre la **figure 21**, 40 % de l'ensemble des répondantes au questionnaire en ressentent parfois et 12 % en ressentent continuellement.

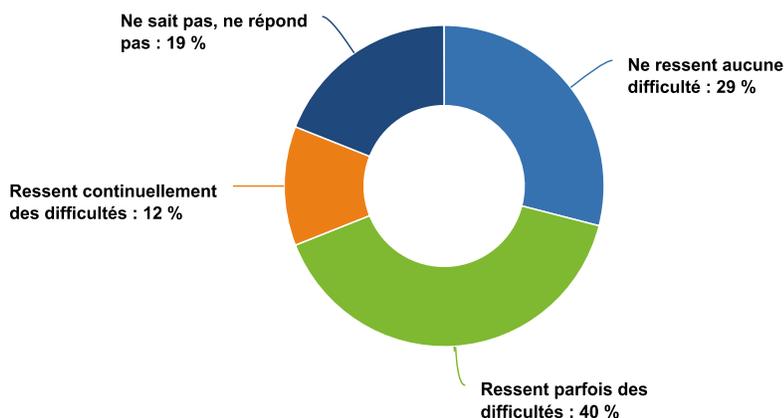
30. La conciliation travail-famille correspond à la « recherche de l'équilibre entre les exigences et les responsabilités liées à la vie professionnelle et à la vie familiale. La vie familiale fait référence aux personnes avec lesquelles la travailleuse et le travailleur ont un lien de dépendance, dont la famille, la famille proche, la famille élargie et les amis. L'objectif de cette recherche est d'assouplir ou d'aplanir certaines contraintes et exigences du monde du travail, en vue d'une gestion plus équilibrée du temps consacré à la vie professionnelle et à la vie familiale » (Ministère de la famille, 2021).

### Figure 21 — Fréquence des difficultés liées à la conciliation travail-famille

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QJ8 Ressentez-vous des difficultés liées à la conciliation entre vos activités professionnelles dans l'industrie de la musique et les soins à la famille (enfants ou autres proches)?

(n : 591)

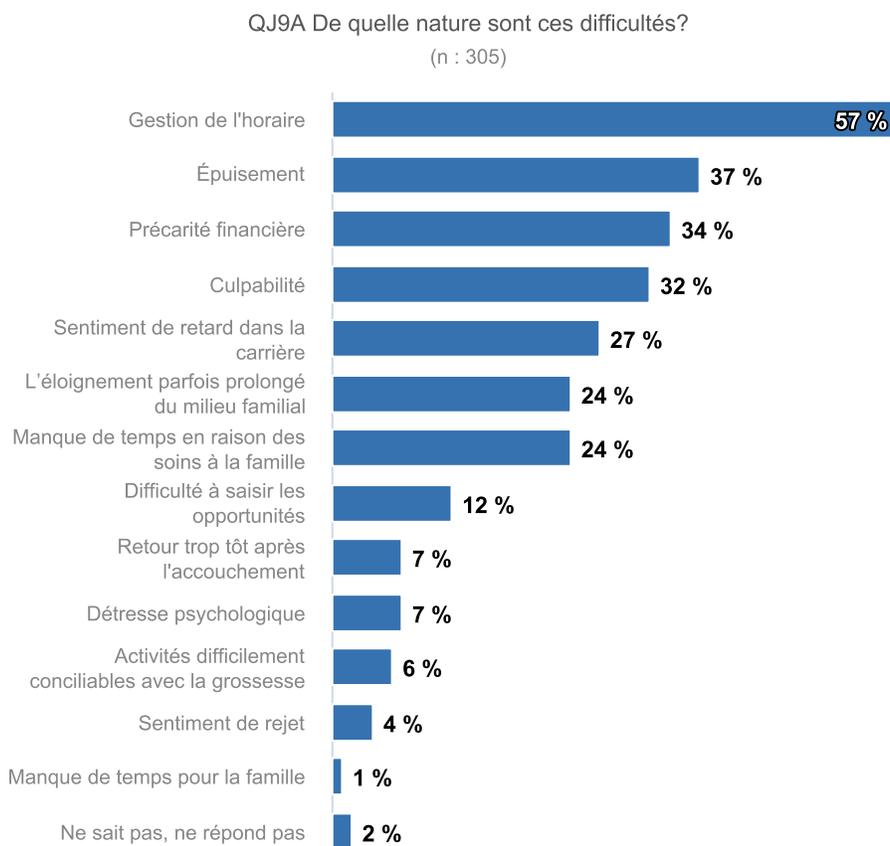


Nous incluons dans les soins à la famille les soins à d'autres proches. Or, les résultats révèlent que les difficultés sont ressenties de façon particulièrement importante par les répondantes qui sont mères d'enfant(s) à charge (n : 183). Parmi ces dernières, seulement 9 % ne ressentent aucune difficulté, tandis que 63 % répondent en ressentir parfois et 26 % indiquent en ressentir continuellement. Aucune différence statistiquement significative n'est observable en fonction du principal statut professionnel.

Lorsque nous questionnons les répondantes ayant indiqué ressentir parfois ou continuellement des difficultés en lien avec la conciliation travail-famille (n : 305) sur la nature de ces difficultés, elles mentionnent en plus grande proportion la gestion de l'horaire, dans 57 % des réponses, comme l'illustre la **figure 22**. Suivent l'épuisement, dans 37 % des réponses, puis la précarité financière (34 %), la culpabilité (32 %), le sentiment de retard dans la carrière (27 %), l'éloignement parfois prolongé du milieu familial (24 %) et le manque de temps en raison des soins à la famille (24 %).

### Figure 22 — Nature des difficultés liées à la conciliation travail-famille

Base : répondantes ayant indiqué ressentir parfois ou continuellement des difficultés en lien avec la conciliation travail-famille, n : 305.



Nous approfondirons l'épuisement et la précarité financière dans la sous-section 4.3.5, qui porte sur la durabilité des carrières et la santé des femmes, parce que ces difficultés sont en lien avec cette durabilité et parce que l'épuisement s'inscrit dans le domaine plus large de la conciliation entre le travail et la vie personnelle. Quant à la culpabilité, elle a fait l'objet, lors des groupes de discussion, de témoignages de femmes de différentes professions, qui évoquaient un sentiment de « responsabilités » par rapport à la famille. Ce sentiment les distingue, selon elles, de leurs pairs masculins. Elles sont plusieurs à souligner que, selon leur expérience et leurs observations, la femme tend, en général, à prioriser davantage les soins aux enfants que les hommes. Des répondantes se disent disposées à déléguer plus de tâches à l'autre parent pour se consacrer davantage à leur carrière, mais témoignent de questions ou commentaires de la part de collègues ou de pairs relativement à leur investissement dans les tâches parentales en tant que mères. Ces questions ou commentaires peuvent porter sur la courte durée de leur congé de maternité pour celles qui souhaitent revenir rapidement au travail après l'accouchement ou sur leur absence de la maison lorsqu'elles participent à des événements tard le soir. Cette conception contribue, selon ces répondantes, au sentiment de culpabilité des femmes qui s'investissent dans une carrière impliquant un engagement élevé.

## Que retenir des difficultés ressenties en lien avec la conciliation travail-famille

Les **difficultés ressenties en lien avec la conciliation travail-famille concernent en plus grande proportion les mères**. Parmi les 183 répondantes qui sont mères d'enfant(s) à charge, **63 % répondent en ressentir parfois et 26 % indiquent en ressentir continuellement. Seulement 9 % indiquent qu'elles n'en ressentent pas**. La **gestion de l'horaire** est la difficulté la plus citée (dans 57 % des réponses), suivie de **l'épuisement** (37 %) et de la **culpabilité** (32 %), parmi d'autres difficultés. La **culpabilité à l'égard des responsabilités familiales** distinguerait d'ailleurs les femmes de leurs pairs masculins, selon certaines répondantes de nos groupes de discussion. Elle serait notamment alimentée par des commentaires relevant d'une certaine **conception encore présente du partage des tâches parentales**.

### LA PRISE EN COMPTE DE CES DIFFICULTÉS DANS L'ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Comme mentionné dans la section 4.1, la prise en compte des difficultés liées à la conciliation travail-famille dans l'environnement de travail apparaît influencer positivement la satisfaction à l'égard de l'avancement de la carrière. Nous avons demandé aux répondantes ayant indiqué ressentir parfois ou continuellement des difficultés en lien avec la conciliation travail-famille (n : 305) d'évaluer sur une échelle de 1 à 7 la prise en compte de ces difficultés dans leur environnement professionnel (1 = aucunement; 4 = moyennement; 7 = parfaitement)<sup>31</sup>. La moyenne de l'ensemble des réponses à cette question s'élève à 4,4.

Le sentiment que leurs difficultés sont prises en compte est significativement plus faible chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 107) (moyenne de 3,9) et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 23) (moyenne de 3,7). Des artistes parlent de leurs possibilités moindres de faire des concerts et de saisir des opportunités de réseautage tard le soir, dans les festivals et les congrès, notamment, à partir du moment où elles ont des enfants (comme mentionné dans la sous-section 4.3.1 au sujet de l'éloignement de la famille).

Le sentiment de prise en compte de ces difficultés n'est pas beaucoup plus élevé chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 31) (moyenne de 5,4) et **Autre employée** (n : 54) (moyenne de 5,1), soit celles qui sont à l'emploi d'une organisation dont elles ne sont pas la propriétaire. Dans quelques réponses ouvertes, des employées parlent de la plus grande difficulté qu'elles ont de gravir les échelons d'une organisation pour accéder à des postes de direction à partir du moment où elles deviennent mères, parce qu'elles font le choix «de ne plus aller à autant d'événements les soirs et les fins de semaine. Moins de réseautage, moins présente avec les gens d'influence, moins de possibilités», comme l'exprime l'une d'elles.

31. Dans quelle mesure sentez-vous que les difficultés que vous rencontrez en lien avec la conciliation travail-famille sont prises en compte dans votre environnement professionnel (ex. : possibilité de s'absenter pour les soins à la famille, compréhension des collègues en cas d'absence, possibilité de parler ouvertement des difficultés liées à la conciliation travail-famille, etc.)? Base : répondantes ayant indiqué ressentir parfois ou continuellement des difficultés liées à la conciliation travail-famille à la question précédente, n : 305.

## Que retenir de la prise en compte des difficultés ressenties en lien avec la conciliation travail-famille

La moyenne du sentiment de prise en compte des difficultés en lien avec la conciliation travail-famille dans l'environnement professionnel des répondantes au questionnaire s'élève à 4,4/7. Ce sont les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices (n : 107)** ainsi que les **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes (n : 23)** qui signalent le **plus faible sentiment de prise en compte de ces difficultés** (moyennes de 3,9/7 et de 3,7/7 respectivement), bien que la moyenne ne soit pas beaucoup plus élevée dans les autres corps de métier. Les répondantes soulignent notamment cette faible prise en compte dans les **contextes de concerts et de réseautage**.

### MANQUER DES OPPORTUNITÉS DE TRAVAIL EN RAISON DE LA CONCILIATION TRAVAIL-FAMILLE

Pour les mères d'enfant(s) à charge œuvrant dans le secteur musical canadien francophone, la conciliation entre le travail et les soins à la famille peut aussi amener à manquer des opportunités de travail. Ces manques s'expliqueraient, d'une part, par le renoncement à certains postes ou opportunités pour des raisons de conciliation travail-famille et, d'autre part, par le sentiment de se faire refuser des postes et opportunités de travail en raison de la maternité.

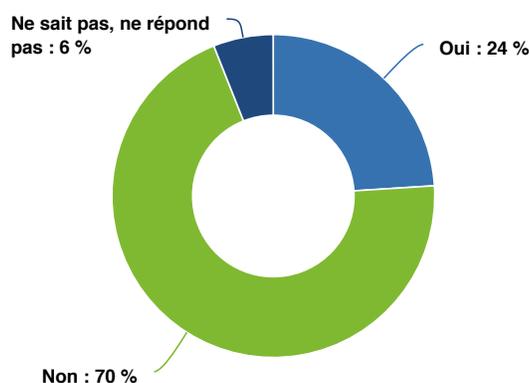
Dans la situation du renoncement pour des raisons de conciliation entre le travail et les soins à la famille, et comme pour les difficultés liées à cette conciliation, nous partions de la possibilité que les soins à la famille incluent les soins à d'autres proches. Sans exclure cette possibilité, les résultats révèlent que le renoncement à des postes ou opportunités de travail en lien avec cette conciliation concerne majoritairement les mères d'enfant(s) à charge. En effet, 24 % de l'ensemble des répondantes au questionnaire (n : 591) ont déjà eu à renoncer à un poste ou à une opportunité de travail pour des raisons de conciliation travail-famille, comme l'illustre la **figure 23**. Or, cette proportion s'élève à 63 % chez les répondantes qui sont mères d'enfant(s) à charge (n : 183).

**Figure 23 — Fréquence de renoncement à un poste ou à une opportunité de travail en lien avec la conciliation travail-famille**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QJ6 Avez-vous déjà renoncé à un poste ou à une opportunité de travail dans l'industrie musicale canadienne francophone pour des raisons de conciliation entre votre travail et les soins à votre famille (enfants ou autres proches)?

(n : 591)



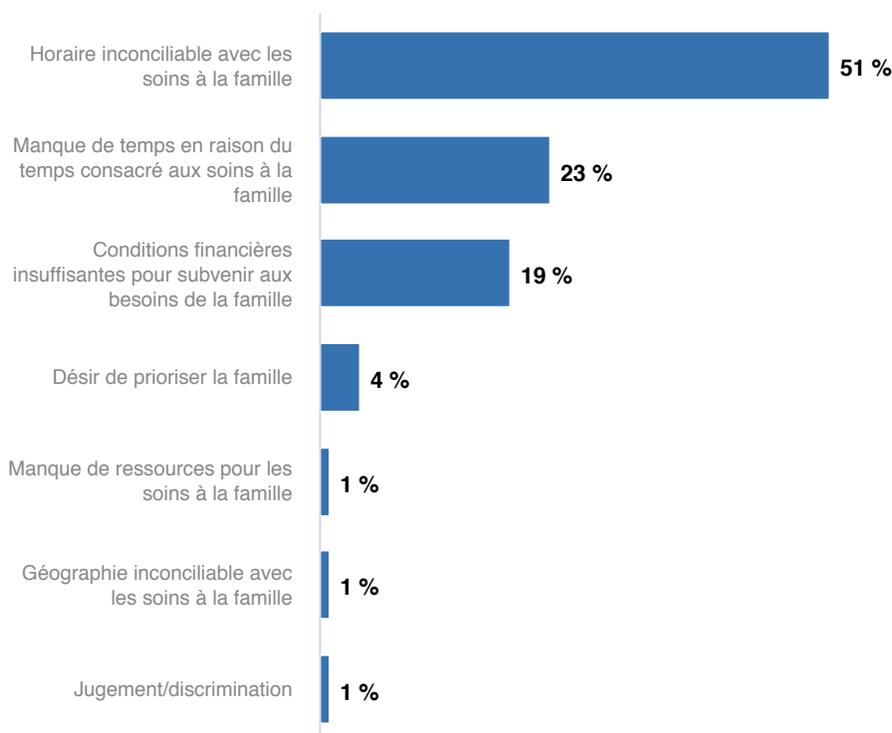
Quand on demande aux répondantes d'indiquer la principale raison les ayant conduites à renoncer à ce poste ou à cette opportunité de travail, leurs réponses corroborent les facteurs, soulevés dans la sous-section 4.3.1, qui influencent cette décision, comme le montre la **figure 24**.

### Figure 24 — Raisons de renoncement à un poste ou à une opportunité de travail en lien avec la conciliation travail-famille

Base : répondantes ayant indiqué avoir déjà renoncé à un poste ou à une opportunité de travail pour des raisons de conciliation travail-famille, n : 139.

QJ7A Quelle était la principale raison qui vous a conduite à renoncer à ce poste ou à cette opportunité de travail? Cochez une seule réponse.

(n : 139)



Plus de la moitié (51 %) des répondantes ayant indiqué avoir eu à renoncer à un poste ou à une opportunité de travail dans le secteur musical canadien francophone pour des raisons de conciliation entre le travail et les soins à la famille (n : 139) indiquent que la principale raison de ce renoncement concerne l'horaire de travail. Cette raison est donnée en proportion plus importante, bien que ces résultats soient moins significatifs, chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 17) (82 %), **Propriétaire d'entreprise** (n : 17) (71 %) et **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 64) (55 %).

Vient ensuite un manque de temps en raison des soins à la famille, dans 23 % des réponses, suivi des conditions financières insuffisantes pour subvenir aux besoins de la famille, dans 19 % des réponses. Enfin, 4 % des répondantes à cette question parlent d'un désir de prioriser la famille, souvent accompagné d'un sentiment de culpabilité à l'égard des enfants ou de l'autre parent.

En plus des situations de renoncement pour des raisons de conciliation travail-famille, nous nous sommes attardées au sentiment de se faire refuser des postes ou opportunités de travail en raison de la maternité, un sentiment que nous avait révélé la recension des écrits au sujet du potentiel de devenir mère (voir, p. ex., Becker, 2012 et Wing-Fai et al., 2015). Nous avons demandé aux 183 répondantes qui sont mères d'enfant(s) à charge d'indiquer à quelle fréquence il leur arrive de sentir qu'on leur refuse un poste ou une opportunité de travail dans l'industrie de la musique parce qu'elles sont mères. Ce sont 37 % de ces répondantes qui indiquent le sentir rarement ou quelques fois et 5 % qui indiquent le sentir souvent ou très souvent. Nous n'avons observé aucune différence statistiquement significative selon le statut professionnel. Ces résultats nous indiquent que des efforts restent à fournir pour que les réalités des mères d'enfant(s) à charge soient mieux prises en compte dans les environnements de travail, tout comme dans l'attribution des postes et opportunités de travail dans le secteur musical canadien francophone.

### Que retenir de manquer des opportunités de travail pour des raisons de conciliation travail-famille

Chez les mères d'enfant(s) à charge, la conciliation travail-famille peut aussi amener à manquer des opportunités de travail. Ces manques s'expliquent, d'une part, par le renoncement à certains postes ou opportunités pour des raisons de conciliation travail-famille et, d'autre part, par le sentiment de se faire refuser des postes et opportunités de travail en raison de la maternité. Pour ce qui est du renoncement, **63 % des répondantes** qui sont **mères d'enfant(s) à charge** ont déjà eu à **renoncer à un poste ou à une opportunité de travail pour des raisons de conciliation travail-famille**, par contraste avec 24 % de l'ensemble des répondantes. Comme dans les facteurs influençant la décision de devenir mère, les **horaires inconciliables avec les soins à la famille** sont cités comme principale raison de ce renoncement. En ce qui concerne les **mères d'enfant(s) à charge** (n : 183), 37 % d'entre elles indiquent sentir rarement ou quelques fois **qu'on leur refuse un poste ou une opportunité de travail parce qu'elles sont mères**, tandis que 5 % indiquent le sentir souvent ou très souvent.

#### 4.3.3 — Se sentir à l'aise et se créer un réseau

Selon les répondantes, du travail reste à faire pour tenir compte des réalités de toutes les femmes dans le secteur musical canadien francophone. Certaines expliquent cela par le fait que plusieurs des espaces qu'elles occupent aujourd'hui au sein des radios, des festivals, des conseils d'administration et des maisons de disques, notamment, ont été conçus « par des hommes et pour le succès des hommes ». Elles ajoutent que les hommes comme les femmes pourraient se sentir plus à l'aise dans le secteur musical canadien francophone en tenant davantage compte des besoins et aspirations des femmes. Elles parlent de se « réapproprier cet espace », en le sculptant pour qu'il réponde à leurs réalités. Ces réalités correspondent aussi, selon elles, à la réalité de nombreux hommes dans ce secteur. Les changements qui en rendraient compte participeraient selon elles au bonheur de toutes et tous. Elles évoquent un secteur dans lequel prendre soin de soi et des autres deviendrait plus facile; dans lequel les personnes se sentiraient à l'aise de vieillir, « parce que c'est juste naturel de vieillir » et qui ne serait par conséquent plus dans « le culte de la jeunesse et de la beauté » auquel certaines répondantes font référence. L'une d'elles estime « qu'on essaie d'exceller dans quelque chose qui n'a pas été fait sur mesure pour nous ».

La sous-section qui suit fait état de ce sur quoi il serait possible d'agir pour accroître le sentiment d'aisance des femmes dans ce secteur. Ce sentiment est étroitement lié à leur capacité à se créer un réseau professionnel. En effet, un faible degré d'aisance peut conduire à des difficultés à se bâtir des réseaux de socialisation, d'entraide et de recrutement, comme d'autres études l'ont abordé (Martin et Offroy, 2018; Nordicity, 2015). Cela nous amène à décrire le sentiment de confort des femmes dans le secteur musical canadien francophone ainsi que quelques difficultés vécues avec plus d'intensité pour les femmes issues de groupes minoritaires. Ces dernières expriment le souhait que l'inclusion des femmes soit envisagée de façon plus large, c'est-à-dire de viser l'inclusion de l'ensemble des groupes minoritaires.

## LE SENTIMENT DE CONFORT

À une question semi-ouverte du questionnaire demandant aux répondantes d'indiquer les barrières les plus importantes qu'elles rencontrent dans l'avancement de leur carrière (voir **figure 12** dans la section 4.2), 35 % d'entre elles ont coché la difficulté à se créer un réseau professionnel. À cette difficulté s'ajoutent, en lien avec le sentiment de confort, le manque de reconnaissance pour son travail (21 %), la difficulté à être prise au sérieux (20 %) et le manque de réseaux et d'événements réservés aux femmes (13 %). Nous avons approfondi notre compréhension du sentiment de confort des femmes dans le secteur au travers de quatre variables du questionnaire, soit les sentiments d'être compétentes dans leurs activités, d'être prises au sérieux, que leurs idées sont bien reçues et d'être capables de prendre leur place. Nous leur avons demandé d'évaluer ces sentiments sur une échelle de 1 à 7 (1 = pas du tout; 4 = moyennement; 7 = extrêmement)<sup>32</sup>.

**Se sentir compétente** – L'ensemble des réponses (n : 591) à cette variable révèle un sentiment de compétence généralement élevé, avec une moyenne de 5,7/7. Le sentiment de compétence augmente en continu avec le nombre d'années d'expérience, passant d'une moyenne de 4,6 chez les répondantes ayant moins d'un an d'expérience (n : 19) à une moyenne de 6,1 chez celles ayant plus de 20 ans d'expérience (n : 121). Les répondantes ayant plus de 20 ans d'expérience sont d'ailleurs 32 % à se sentir extrêmement compétentes (réponse 7) et 62 % à se sentir compétentes ou très compétentes (réponse 5 ou 6). Les répondantes dont le statut professionnel principal est **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) et **Propriétaire d'entreprise** (n : 68), ainsi que celles dont les activités sont associées au style Musiques autochtones (n : 54) et Musique du monde (n : 124) témoignent aussi d'un sentiment de compétence plus élevé, avec des moyennes entre 5,9 et 6.

**Se sentir prise au sérieux et sentir que ses idées sont bien reçues** – Or, si les répondantes se sentent généralement compétentes, elles se sentent moins prises au sérieux (moyenne de 4,9/7) et elles sentent moins que leurs idées sont bien reçues dans le cadre de leurs activités professionnelles (moyenne de 5,1/7). Les moyennes des réponses à ces variables sont plus élevées chez les répondantes de 55 ans et plus (n : 54) (moyenne de 5,4) et qui ont plus de 20 ans d'expérience (n : 122) (moyenne de 5,3). Les répondantes de 55 ans et plus sont d'ailleurs celles qui, dans la plus grande proportion (20 %), indiquent se sentir extrêmement prises au sérieux dans l'accomplissement de leurs tâches (réponse 7). Les moyennes des réponses à ces variables sont également plus élevées chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) (moyenne de 5,5) et **Propriétaire d'entreprise** (n : 68) (moyenne de 5,3). Ce sont ces répondantes qui, dans la plus grande proportion, indiquent se sentir très ou extrêmement prises au sérieux dans l'accomplissement de leurs tâches (réponse 5, 6 ou 7). En revanche, les moyennes des réponses à ces

32. En vous rapportant à vos expériences professionnelles des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), dans quelle mesure...? Vous sentez-vous compétente dans le cadre de vos activités professionnelles / Vous sentez-vous prise au sérieux dans l'accomplissement de vos tâches / Sentez-vous que vos idées sont bien reçues dans le cadre de vos activités professionnelles / Vous sentez-vous capable de prendre votre place dans votre ou vos milieux de travail. Base : ensemble des répondantes, n : 591.

variables sont significativement plus faibles chez les répondantes de 25-29 ans (n : 108) (moyenne de 4,8) et chez celles dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (moyenne de 4,8).

**Se sentir capable de prendre sa place** – Le sentiment d’être capable de prendre sa place dans son ou ses milieux de travail offre des tendances similaires, avec une moyenne de 5,1/7 pour l’ensemble des répondantes. Les moyennes des réponses à cette variable sont plus élevées chez les répondantes de 55 ans et plus (n : 54) (moyenne de 5,4) et de 45-54 ans (n : 87) (moyenne de 5,5), ainsi que chez celles qui ont plus de 20 ans d’expérience (n : 122) (moyenne de 5,5). Elles sont également plus élevées chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Haute dirigeante ou cadre supérieure** (n : 55) (moyenne de 5,6) et **Propriétaire d’entreprise** (n : 68) (moyenne de 5,5). En revanche, les moyennes des réponses à cette variable sont plus faibles chez les répondantes de 25-29 ans (n : 108) (moyenne de 4,9) et chez celles dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) (moyenne de 4,9).

En groupes de discussion, nous avons approfondi ces sentiments avec les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice**. Comme souligné dans la sous-section 4.2.1, plusieurs de ces artistes mentionnent avoir de la difficulté à se sentir prises au sérieux dans d’autres activités que celle d’interprète, notamment dans l’écriture et la composition, la réalisation, la direction artistique et les tâches techniques. Des moyens pour accroître le sentiment de confort des femmes dans certains contextes et les aider dans la création de leur réseau professionnel seront abordés dans la partie 5.

### Que retenir du sentiment de confort

Parmi l’ensemble des répondantes au questionnaire (n : 391), 35 % citent la **difficulté à se créer un réseau professionnel** parmi les **barrières les plus importantes dans l’avancement de leur carrière**. Bien que l’ensemble des répondantes témoigne d’un **sentiment de compétence élevé**, d’autres sentiments semblent alimenter un inconfort susceptible d’accroître cette difficulté. Le sentiment significativement plus faible des **répondantes de 25-29 ans (n : 108)** et des **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices (n : 221)** de **se sentir prises en sérieux**, de **sentir que leurs idées sont bien reçues** et de **se sentir capables de prendre leur place** participe à expliquer le manque d’aisance de certaines femmes dans ce secteur. En outre, 13 % des répondantes au questionnaire soulignent un **manque de réseaux et d’événements réservés aux femmes**, dans lesquels elles pourraient se sentir plus à l’aise.

## ÊTRE UNE FEMME D’UN GROUPE MINORITAIRE

Le sentiment d’aisance et la possibilité de se créer un réseau se présentent différemment selon certaines caractéristiques sociodémographiques auxquelles correspondent les femmes, comme la provenance géographique et l’identification à une minorité visible. Dans les réponses à la question ouverte du questionnaire portant sur les barrières les plus importantes à l’avancement de leur carrière, 1,4 % des répondantes ont cité le manque d’ouverture aux minorités. De plus, 6 des 9 répondantes qui s’identifient comme Autochtones ont indiqué parmi les barrières les plus importantes à leur carrière la difficulté d’accès à certaines opportunités de travail et 5 de ces 9 répondantes ont indiqué la difficulté à se créer un réseau professionnel. Cette dernière difficulté a également été donnée par 44 % des répondantes de l’Ouest (n : 25). En outre, favoriser l’inclusion de toutes les minorités a été nommé comme recommandation pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive par 6 % de l’ensemble des répondantes au questionnaire (voir **figure 31** dans la partie 5).

Ces barrières et cette recommandation ont en commun de formuler un appel à diversifier les programmations musicales, l'octroi des subventions, la composition des CA et des équipes dirigeantes ainsi que le recrutement dans les entreprises de l'industrie musicale non seulement sur la base du genre. Les répondantes formulant cet appel invitent à favoriser l'inclusion de personnes autochtones, de membres de minorités visibles, de membres de la communauté LGBTQ2+, de francophones des communautés en situation linguistique minoritaire, de personnes œuvrant dans plusieurs langues et de personnes d'une diversité d'âges. Leurs réponses invitent donc le secteur à favoriser une diffusion des arts « large, inclusive, intéressée, ouverte, consciente de ses biais et qui, de façon proactive, tente de faire avancer notre société » en s'appuyant sur la diversité « dans tous les corps de métier ». L'inclusion, selon ces répondantes, doit viser toutes les minorités. Nos groupes de discussion nous ont permis d'approfondir les vécus dans certains de ces groupes minoritaires. Bien que ces défis ne soient pas propres aux femmes, ils s'ajoutent à d'autres défis que les répondantes issues de ces groupes rencontrent en tant que femmes.

**Les communautés francophones en situation minoritaire** – Dans les communautés francophones en situation minoritaire du Canada, des femmes artistes, dirigeantes et entrepreneures parlent de la difficulté à se bâtir un réseau de confiance, particulièrement en Ontario et dans l'Ouest canadien. Elles attribuent cette difficulté à l'isolement géographique des francophones œuvrant en musique, ainsi qu'aux différences entre les cultures des secteurs musicaux francophone et anglophone. Des entrepreneures de ces régions expliquent ne pas être portées à se tourner vers les entreprises anglophones du secteur musical de leur province pour chercher des conseils, car « la francophonie et l'anglophonie, ce n'est pas pareil, je ne pense pas que ça m'aiderait ». L'isolement géographique crée également des difficultés de recrutement de main-d'œuvre. Cela affecte la capacité des entrepreneures à embaucher et à éventuellement déléguer des tâches. Enfin, quelques artistes des communautés francophones en situation minoritaire du Canada parlent d'une discrimination liée à leur accent, qui leur ajoute des contraintes en lien avec la diffusion.

**Les femmes s'identifiant comme membres d'une minorité visible** – Des artistes membres de minorités visibles expriment que malgré l'accueil dont elles ont joui depuis leur arrivée au pays et leur grande reconnaissance à l'égard de cet accueil, elles trouvent difficile de percer dans le secteur musical canadien. Elles ont le sentiment d'être moins importantes, d'être moins mises en valeur dans les programmations par rapport aux artistes francophones d'origine canadienne, ainsi que de faire partie des programmations, comme l'une d'entre elles l'exprime, à titre de « faire-valoir », « parce qu'il faut le faire, il faut inclure la diversité, mais pas nécessairement parce qu'ils veulent le faire ».

**Les femmes s'identifiant comme personnes autochtones** – Des artistes autochtones ressentent une impression semblable d'être incluses dans des programmations musicales « pour cocher une case ». Elles reconnaissent l'importance d'inclure des artistes autochtones dans les programmations musicales, mais déplorent certaines attentes à l'égard des artistes autochtones afin qu'ils et elles correspondent à une certaine préconception de la musique traditionnelle autochtone « avec les plumes, la musique traditionnelle, le tambour, tout ça ». Elles soulignent que les artistes autochtones offrent une diversité de styles musicaux, intégrant ou non des sonorités traditionnelles, et que la musique autochtone ne devrait pas se définir par un seul style fondé sur « un préjugé, puis une image que le monde se fait de la musique autochtone ». Elles invitent à normaliser la musique autochtone dans les canaux de diffusion musicaux canadiens, en diffusant « davantage de musique autochtone partout, sans se soucier du quota de la langue et sans le faire pour remplir un quota de diversité ». Elles souhaitent que les langues autochtones soient entendues « au quotidien, sur toutes les chaînes de radiodiffusion, jusqu'à ne plus se rendre compte que le chant qu'on entend est dans une langue qu'on ne comprend pas, parce que notre corps le saisit parfaitement du fait qu'il nous touche profondément. Ce chant résonnait avant nous ».

## Que retenir d'être une femme d'un groupe minoritaire

Pour favoriser l'aisance des femmes et leur capacité à se créer un réseau, des répondantes soulignent l'importance de favoriser **l'inclusion de toutes les minorités** dans le secteur musical canadien francophone. L'inclusion, selon ces répondantes, doit relever d'une **attitude générale d'inclusion à l'égard de toutes les minorités**, et non seulement des femmes, en tenant compte des **vécus particuliers de chaque groupe minoritaire**. Un **sentiment d'isolement** dans les communautés francophones en situation minoritaire, un **sentiment de « faire-valoir »** d'artistes issues de minorités visibles et un **désir de normalisation** des cultures et langues autochtones, sans préjugés à l'égard de ce qui constitue de la musique autochtone, font partie de vécus partagés par des membres de ces groupes minoritaires dans le cadre de cette étude.

Des femmes issues de ces groupes minoritaires invitent au partage, au dialogue, à la compréhension des vécus et apports des personnes de tous ces groupes afin que l'inclusion se passe sur tous les plans. Certaines répondantes soulignent qu'elles voient des changements s'opérer, sentent une « prise de conscience » et observent plus de diversité « dans les gens qui prennent la parole et qui sont mis en avant », dans les médias et les événements, notamment, bien que du travail reste à faire. Ce travail, selon elles, doit s'effectuer simultanément sur le plan de l'inclusion des femmes et sur le plan de l'inclusion des groupes minoritaires.

### 4.3.4 — Vieillir dans le secteur musical canadien francophone

La prise en compte des réalités des femmes inclut leurs réalités à tous les stades de la vie. Dans les groupes de discussion, des répondantes de tous âges nous ont exprimé des préoccupations liées au vieillissement<sup>33</sup>. Elles ont fait référence à certaines normes et attentes sociales qu'elles perçoivent du secteur musical, qui valorise le fait de rester jeune sur le plan des apparences physiques, des pratiques et des idées. Ces normes et attentes entraînent des remarques, des perceptions et une difficulté à se projeter dans l'avenir. Elles s'expliquent entre

autres par le manque de modèles féminins d'âge mûr. D'autres recherches sur ce secteur ont d'ailleurs documenté ces normes et attentes, en soulignant que les femmes ressentent davantage la pression de s'y conformer (voir, p. ex., Jennings et Gardner, 2016).

## DES REMARQUES ET DES PERCEPTIONS EN LIEN AVEC L'ÂGE

Parmi les répondantes ayant exprimé des préoccupations liées au vieillissement, des artistes et des dirigeantes ont tout particulièrement souligné avoir reçu des remarques ou avoir perçu certaines formes de discrimination en lien avec leur âge.

Des artistes de tous âges, principalement celles qui œuvrent sur scène, parlent de la pression qu'elles ressentent, « en tant que personnalités publiques, au niveau de l'image », d'« être belles » et d'avoir une apparence de jeunesse. Des artistes arrivées à un âge plus avancé, à « un certain âge », expriment de la difficulté à garder « [leur] place » si elles ont eu une carrière avant d'atteindre cet âge ou à se la « tailler » si elles lancent leur carrière. Quelques

33. Le vieillissement ne concerne pas seulement les personnes ayant atteint un âge avancé. Il correspond aux transformations modulées par les passages du temps, à tous les âges de la vie. Il est informé par le genre, la constitution physiologique individuelle, le statut professionnel, la culture (sociale et professionnelle), la langue et le milieu de vie, notamment (Charpentier, 2010).

autrices-compositrices-interprètes soulignent aussi qu'elles perçoivent une perte d'intérêt pour leur musique à mesure qu'elles avancent en âge et certaines racontent s'être fait refuser des contrats pour des raisons qu'elles associent à leur âge et à l'image qu'elles projettent. Par contraste, d'autres se demandent si elles subissent de la discrimination en raison de leur âge ou si ce n'est pas plutôt qu'elles « s'autoretirent [elles-mêmes] à un moment » « parce qu'on a l'impression qu'on n'est plus assez valides, au niveau de notre image ? »

Des femmes en postes de direction abordent quant à elles ces préoccupations sous l'angle de la crédibilité qu'on attribue à leurs idées et, surtout, à leur capacité à générer des idées nouvelles, créatives et audacieuses pour leur entreprise, comme cela a été abordé dans la sous-section 4.1.4. Cette préoccupation contraste avec leur sentiment d'être « en pleine possession de [leurs] moyens », dans leur « plein potentiel : en pleine confiance, en pleine autonomie ». Elles expriment que ces remarques et perceptions viennent autant des hommes que d'autres femmes moins âgées.

Les artistes et les dirigeantes parlent d'idées et de perceptions « qu'il faut chasser ». Elles s'invitent à la solidarité dans la lutte contre ces perceptions et à prendre leur place, quels que soient leur âge et leur statut professionnel.

### Que retenir des remarques et perceptions en lien avec l'âge

Des **artistes** racontent qu'elles font l'objet de remarques et de perceptions en lien avec l'**image qu'elles projettent** à partir d'un certain âge. Elles ont l'impression que l'**intérêt qu'on a pour leur musique** diminue à mesure qu'elles avancent en âge. Des **femmes en postes de direction** sentent pour leur part que la **crédibilité qu'on attribue à leur capacité à générer de nouvelles idées** diminue à mesure qu'elles avancent en âge. Dans un cas comme dans l'autre, cela nuit à la **capacité des femmes à prendre leur place** à un certain stade de leur carrière.

## LA DIFFICULTÉ DE SE PROJETER DANS L'AVENIR

En plus de ces remarques et perceptions en lien avec le vieillissement, plusieurs répondantes expriment avoir de la difficulté à se projeter dans l'avenir dans le secteur musical canadien, et ce, quel que soit leur statut professionnel. Des artistes actives depuis plusieurs années se disent surprises d'être « encore là ». Elles observent que bon nombre de leurs paires se sont retirées de la scène parce qu'elles ne s'y voyaient pas vieillir pour un ensemble de raisons, à commencer par la précarité financière et l'instabilité. Plusieurs artistes parlent de leur difficulté à accumuler du capital, ce qui nuit à leur capacité à se projeter dans leur carrière à partir de certaines étapes de leur parcours de vie, comme la maternité, un changement de carrière au sein du secteur musical impliquant une baisse de revenus ou encore la préparation à la retraite. À une question portant sur leurs ambitions dans l'industrie musicale canadienne francophone, quelques répondantes, à l'approche de la quarantaine, écrivent qu'elles ressentent de la difficulté à parler de leurs ambitions.

Des entrepreneures faisant le choix d'entretenir une structure plus petite favorisant une plus grande proximité avec les artistes (voir sous-section 4.1.3) parlent de leur difficulté à embaucher des employés et à leur offrir les conditions salariales qui permettraient de les garder à long terme. Garder des employés à long terme peut permettre aux entrepreneures de leur transmettre leur expertise, voire leur entreprise afin que celle-ci puisse continuer d'exister et poursuivre sa mission. Elles se questionnent sur leur capacité à « assurer la relève » et, du même coup, à prendre leur retraite sans tout perdre ce qu'elles ont bâti. Certaines de ces entrepreneures, qui n'ont pas visé la croissance de leur entreprise et ont, dans certains cas, accumulé peu de capital au fil des ans, se questionnent sur leurs capacités financières à ralentir leurs activités lorsqu'elles seront arrivées à ce stade de leur

carrière et à éventuellement pouvoir partir à la retraite. Elles parlent d'inquiétudes pour leur avenir, lorsqu'elles n'auront « plus le goût d'aller voir des groupes de rock et d'écrire des communiqués de presse et des demandes de subvention », alors que « la pension minimale du gouvernement ne sera pas assez pour survivre ».

Selon plusieurs répondantes, les changements requis pour ne plus avoir cette difficulté à se projeter dans l'avenir passent par « les modèles, l'éducation ».

### Que retenir de la difficulté à se projeter dans l'avenir

Des facteurs tels que la **précarité financière** et l'**instabilité**, chez les artistes, de même que la **difficulté à préparer la transmission de leur entreprise** généralement de petite taille, chez les entrepreneures, nuisent à la capacité de certaines répondantes de se projeter dans leur carrière. Certaines étapes de leur vie, comme la maternité, un changement de carrière ou la préparation à la retraite, s'accompagnent d'une **difficulté à parler de leurs ambitions** et suscitent des **inquiétudes pour leur avenir**. Plusieurs répondantes soutiennent que la **promotion de modèles de femmes ayant vieilli dans le secteur musical** participerait à amoindrir cette difficulté à se projeter dans l'avenir en tant que femmes en musique.

Or, elles sont nombreuses à parler du « manque de modèles de femmes d'âge mûr », « de modèles de carrières florissantes de femmes matures » et « du peu de modèles à qui s'identifier [...] au-delà de 40 ans, alors que du côté des hommes, il y a beaucoup d'exemples de carrières encore en ascension à cet âge ». En groupes de discussion, quelques répondantes ont exprimé l'ambition de devenir un tel modèle de femme « qui continue sa carrière, qui continue à innover et à repousser les barrières » en soulignant que « c'est un défi, un défi énorme » d'aller à l'encontre de certains « codes » [...] comme celui « de s'inquiéter de vieillir ». Elles soulignent que « c'est à [elles] de le changer, mais [que] ce n'est pas sans difficulté ». Pour compléter cette présentation des défis transversaux et pour s'assurer que des femmes persistent dans leur carrière au sein du secteur musical canadien francophone, il semble important de s'intéresser aux facteurs qui influencent plus généralement la durabilité de leur carrière.

#### 4.3.5 — La durabilité des carrières et la santé des femmes

La recension des écrits nous avait indiqué que les conditions socioéconomiques dans lesquelles évoluent les femmes, les difficultés liées à la conciliation travail-famille et la difficulté à se créer des réseaux, en lien avec le sentiment de confort des femmes dans le secteur musical, pouvaient participer à une moindre durabilité de la carrière des femmes. Nous avons ainsi demandé aux répondantes à notre questionnaire si elles avaient déjà songé à abandonner leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone et, si oui, d'en préciser les principales raisons.

L'exploration de ces raisons nous amènera à revenir sur la précarité financière, décrite dans la section 4.1, puis à nouveau abordée dans la sous-section 4.3.1, afin de montrer les liens entre la précarité financière et la durabilité des carrières des femmes. Nous reviendrons de même sur la difficile conciliation travail-vie personnelle, abordée par le biais de la conciliation travail-famille dans la sous-section 4.3.2, telle qu'elle influence la santé des femmes. L'exploration des raisons qui font songer les femmes à abandonner leur carrière nous amènera aussi à aborder la pandémie de COVID-19, en ce qu'elle a pu affecter la durabilité des carrières. Enfin, bien que le harcèlement soit peu souvent indiqué comme raison principale de songer à abandonner la carrière, les réponses à des questions spécifiques sur le harcèlement suggèrent que les répondantes qui en subissent songent davantage à abandonner leur carrière. Nous traiterons donc ci-après des différentes formes de harcèlement.

## SONGER À ABANDONNER SA CARRIÈRE

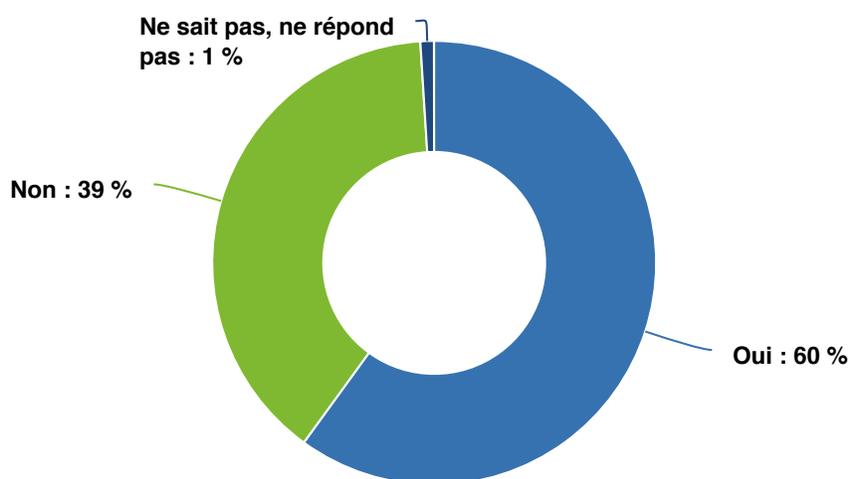
Au moment de répondre au questionnaire, 60 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) avaient déjà songé à abandonner leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone, comme l'illustre la **figure 25**.

**Figure 25 — Répondantes ayant déjà songé à abandonner leur carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.

QK1 Avez-vous déjà songé à abandonner votre carrière dans l'industrie musicale canadienne francophone?

(n : 591)



La collecte de données par questionnaire a eu lieu à l'automne 2020, en pleine pandémie de COVID-19. Il est possible que les conséquences de la crise sanitaire causée par la COVID-19 pour le secteur musical aient influencé le pourcentage de répondantes ayant songé à abandonner leur carrière. Une sous-section ci-après porte d'ailleurs précisément sur le degré auquel cette crise a fragilisé la carrière des femmes. Dans les réponses données par les femmes ayant songé à abandonner leur carrière (n : 351) afin de préciser les principales raisons pour ce faire, peu de mentions sont directement liées à cette crise, bien qu'elles puissent l'être indirectement. Les répondantes citent dans la plus grande proportion la précarité financière (65 %), suivie de l'épuisement (48 %) et du manque de reconnaissance (38 %), comme l'illustre la **figure 26**.

### Que retenir de songer à abandonner sa carrière

Au moment de répondre au questionnaire, à l'automne 2020, **60 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) avaient déjà songé à abandonner leur carrière** dans l'industrie musicale canadienne francophone. Il est possible que ce pourcentage soit haussé par les conséquences, pour le secteur musical, de la crise sanitaire causée par la COVID-19, bien que peu de mentions des répondantes y soient directement liées. La **précarité financière** et l'**épuisement** sont les deux raisons principales les plus souvent nommées pour avoir songé à abandonner sa carrière.

### Figure 26 — Principales raisons ayant fait songer à abandonner la carrière

Base : répondantes ayant indiqué avoir déjà songé à abandonner leur carrière, n : 351.



## LA PRÉCARITÉ FINANCIÈRE

La précarité financière influence largement le fait de songer à abandonner sa carrière : 65 % des répondantes ayant indiqué qu'elles y avaient déjà songé (n : 351) la citent comme l'une des principales raisons. La précarité financière renvoie aux salaires parfois peu élevés dans le cas des employées, ainsi qu'aux revenus tantôt peu élevés tantôt instables des artistes, entrepreneures et pigistes. Les répondantes sont nombreuses à souligner la difficulté à prévoir les entrées d'argent et à en accumuler pour envisager de nouvelles étapes de leur vie, que ce soit la progression de leur carrière, la maternité ou la retraite. La précarité financière est d'ailleurs le troisième facteur le plus souvent cité pour décrire de quelle façon la carrière influence la décision de devenir mère. Comme démontré dans la sous-section 4.1.1, les femmes sont nombreuses à cumuler les emplois pour des raisons financières. De plus, bien gagner sa vie en musique et pouvoir s'y consacrer est la troisième ambition la plus souvent citée, soit dans 22 % des réponses à une question sur les ambitions professionnelles des femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone (n : 444) (voir **figure 5** dans la section 4.1). Cette ambition vient donc d'une préoccupation qui exerce une influence importante sur le fait de songer à abandonner sa carrière.

## Que retenir de la précarité financière

La **précarité financière** est la **raison la plus souvent citée pour avoir déjà songé à abandonner sa carrière**, par **65 %** des répondantes (n : 351). Elle **concerne autant le niveau des salaires ou des revenus que l'instabilité de ces derniers**, dans le cas des répondantes qui ne sont pas employées. La précarité financière **nuît à la capacité d'envisager de nouvelles étapes de la vie**, incluant la progression de la carrière, la maternité et la retraite. Bien gagner sa vie en musique et pouvoir s'y consacrer est d'ailleurs la 3<sup>e</sup> ambition la plus souvent citée par les répondantes au questionnaire.

## L'ÉPUISEMENT ET LA CONCILIATION TRAVAIL-VIE PERSONNELLE

L'épuisement, présent dans 48 % des réponses (n : 351) sur les principales raisons d'avoir déjà songé à abandonner sa carrière, est aussi l'une des difficultés les plus souvent citées en lien avec la conciliation travail-famille (voir sous-section 4.3.2). Les groupes de discussion ont cependant révélé que cette difficulté ne concernait pas seulement les mères et qu'il était plus pertinent de l'aborder en lien avec la dimension plus large de la conciliation entre le travail et la vie personnelle<sup>34</sup>. Dans ces groupes, des femmes de toutes professions ont expliqué l'épuisement par les exigences personnelles qu'elles s'imposent, dans la vie professionnelle comme dans la vie personnelle, et par le droit à l'erreur qu'elles tendent à se refuser individuellement. Ces exigences élevées contrastent avec le sentiment d'un manque de reconnaissance, d'ailleurs donné comme troisième raison principale de songer à abandonner sa carrière, par 38 % des répondantes à cette question (n : 351). Comme ces raisons apparaissent agir en interrelation, nous les abordons ensemble pour mieux comprendre l'épuisement.

**Un épuisement alimenté par des exigences élevées envers soi-même et un refus du droit à l'erreur** — Un sentiment de ne pas en « faire assez », couplé à un sentiment soutenu de « préoccupation » et de « vigilance par rapport aux erreurs », participe grandement à l'épuisement des femmes dans le secteur musical canadien francophone. Lors des groupes de discussion, des femmes de toutes les professions et de toutes les catégories sociodémographiques ont exprimé se coucher le soir avec « l'impression de n'en avoir jamais fait assez », un thème que nous avons approfondi dans la sous-section 4.1.3 sur les entrepreneures, bien qu'il ne touche pas seulement les femmes de ce corps de métier.

À une question sur les bénéfiques associés à la présence des femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone, des répondantes soulignent le sens de l'organisation des femmes, leur rigueur et leur compétence. Elles sont habitées d'un grand besoin « d'avoir en main tous les outils pour bien faire les choses », d'exceller et d'éviter les erreurs ou les échecs. Dans les réponses à cette question, on souligne aussi la « force » des femmes « dans la capacité de porter plusieurs chapeaux », leur « tendance à être plus compétentes en multitâches » et « la capacité indéniable des femmes à être toujours en mode solutions ». Les entrepreneures sont souvent ce qu'elles appellent des « femmes orchestres » et les artistes sont nombreuses à être aussi entrepreneures, à produire de la musique, à faire de la réalisation d'albums et à apprendre des tâches techniques (voir sous-sections 4.1.3 et 4.2.1). L'ensemble des répondantes exercent souvent du leadership de façon informelle, bénévolement, en plus de leurs principales activités professionnelles (voir sous-section 4.1.2). En outre, 31 %

34. La conciliation travail-vie personnelle « touche la capacité d'une personne à concilier les exigences de sa vie professionnelle et ses engagements personnels, dont fait partie la vie familiale » (Ministère de la famille, 2021).

de l'ensemble des répondantes au questionnaire sont mères d'enfant(s) à charge (voir sous-section 4.3.2). Or, lorsqu'elles s'imposent des exigences élevées dans leur vie professionnelle comme dans leur vie personnelle, certaines ressentent de l'insatisfaction quant à leur capacité à répondre à toutes ces exigences. Des répondantes expriment, comme dans la citation suivante, avoir l'impression de ne pas arriver « à faire assez à mon sens à moi pour être une bonne maman, et aussi pour être assez présente et disponible dans ma carrière pour satisfaire les exigences de mon milieu ».

Plusieurs autrices-compositrices-interprètes parlent d'un manque de confiance qu'elles ressentent très souvent, notamment quand elles aspirent à progresser dans leur carrière. Elles sentent qu'elles doivent exceller avant de se lancer « pour être prises au sérieux » (p. ex., dans les tâches techniques ou dans les conseils d'administration), comme cela a été développé dans la section 4.2. Ce sentiment de ne pas avoir droit à l'erreur a pour conséquence que certaines femmes se limitent dans leurs apprentissages et dans l'avancement de leur carrière. Comme l'exprime une autrice-compositrice-interprète au sujet de l'acquisition de compétences techniques, « le sentiment qu'il faut être parfaites fait en sorte qu'on ne peut pas se tromper et, si on ne peut pas se tromper [...] comment on essaie [...] comment on apprend en ne se trompant pas ? »

Des répondantes de toutes professions témoignent que la confiance se gagne avec l'expérience, tout comme l'acceptation de l'échec. Elles s'invitent à « avoir le courage d'assumer » ce qu'elles pensent, ce qu'elles font et d'assumer que, parfois, elles ne savent pas, qu'elles peuvent se tromper, poser des questions, et ce, devant des hommes comme des femmes. Plusieurs parlent de l'importance d'un entourage bienveillant pour contrer le manque de confiance et la peur d'être jugées trop sévèrement. Elles parlent aussi de l'importance de la socialisation entre femmes qui pourraient verbaliser ce manque de confiance entre elles et se soutenir. Les artistes sont d'ailleurs nombreuses à se trouver isolées au sein de différents groupes musicaux constitués d'une majorité d'hommes, tout comme les femmes en postes de direction, comme souligné dans la sous-section 4.1.4. Quelques-unes vantent à ce titre les contextes d'apprentissage et de réseautage réservés aux femmes et aux personnes de genre non conforme. Elles estiment de plus que la mise en valeur d'un plus grand nombre de modèles féminins dans tous les métiers du secteur musical canadien francophone donnerait confiance aux femmes, car « plus on en voit, plus ça devient accessible, plus ça donne confiance aux filles qu'elles peuvent le faire ».

**Un épuisement alimenté par une grande humilité et un manque de reconnaissance** – Ce sentiment d'exigences élevées et ce refus du droit à l'erreur conduisent des femmes à faire preuve d'une humilité qui, dans certains cas, peut les amener à sentir qu'elles manquent de reconnaissance. Ce manque de reconnaissance participe également à leur épuisement. À une question sur les bénéfices associés à la présence des femmes dans le secteur musical canadien francophone, 51 % des répondantes (n : 418) soulignent que les femmes apportent différentes perspectives et valeurs dans le secteur. Dans les réponses données, les expressions qui reviennent le plus souvent pour désigner ces perspectives et valeurs sont « la transparence », « l'intégrité », « l'ouverture », « l'inclusion », « l'entraide » et « l'humilité ». Or, cette humilité perçue comme bénéfique peut avoir des conséquences sur la crédibilité accordée aux femmes dans l'exercice de certaines tâches ainsi que sur la reconnaissance qu'elles en tirent. Lorsqu'on demande aux répondantes au questionnaire de nommer leurs ambitions professionnelles au sein de l'industrie musicale canadienne francophone, obtenir de la reconnaissance est la cinquième ambition la plus citée, par 19 % des répondantes à cette question (n : 444) (voir **figure 5** dans la section 4.1). Cette ambition est particulièrement marquée chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 185), qui la nomment dans une proportion de 28 %.

En groupes de discussion, des hommes et des femmes soulignent la difficulté de ces dernières à obtenir de la crédibilité et de la reconnaissance, particulièrement dans les tâches techniques, les postes de direction et dans la création musicale. Plusieurs artistes et entrepreneures parlent de l'humilité qui les caractérise et qui passe par une réticence à s'accorder le crédit pour ce qu'elles font, comme nous l'avons souligné en lien avec les tâches et responsabilités techniques (sous-section 4.2.1).

Des entrepreneures s'encouragent à mieux partager l'information sur ce qu'elles font réellement, à « parler de [leur] travail » et à se mettre « ensemble pour se donner de la reconnaissance », à « s'autovaloriser entre [elles] ». D'une part, des répondantes soulignent que le travail d'une entrepreneure en musique devrait venir avec une certaine humilité visant à mettre en valeur les artistes. D'autre part, elles s'invitent à distinguer « la réelle humilité qui vient avec la nature de ce travail, c'est-à-dire d'être derrière les artistes et de les promouvoir, de les pousser », d'une « humilité très féminine qui consiste à être trop consciencieuse par rapport à ses capacités ». Elles s'invitent, en somme, à mettre en valeur leur souci d'intégrité et de bien faire les choses, tout en se donnant le crédit pour les tâches qu'elles réalisent, partant de l'idée que la crédibilité leur sera plus facilement octroyée à mesure qu'elles arrêteront de cacher, par humilité, leurs réalisations. Elles s'invitent aussi à lâcher prise, autrement dit à se faire confiance et à ne pas toujours s'exiger d'en faire davantage. Selon elles, la confiance viendra à mesure qu'elles seront mieux reconnues pour tout ce qu'elles font. Cette reconnaissance aidera à atténuer l'épuisement répandu chez les femmes de ce secteur et qui apparaît comme une raison importante de songer à abandonner sa carrière.

### Que retenir de l'épuisement et de la conciliation travail-vie personnelle

L'épuisement est la raison citée par 48 % des répondantes ayant déjà songé à abandonner leur carrière (n : 351). Un sentiment d'exigences élevées dans leur vie professionnelle comme dans leur vie personnelle et une tendance à se refuser le droit à l'erreur participent à l'épuisement des femmes dans le secteur musical canadien francophone. Ces attitudes les conduisent à faire preuve d'une humilité qui, dans certains cas, peut les amener à sentir qu'elles manquent de reconnaissance. Obtenir de la reconnaissance est d'ailleurs la 5<sup>e</sup> ambition la plus souvent citée par les répondantes au questionnaire. Plusieurs répondantes s'invitent à dépasser cette « humilité très féminine » et à se donner davantage de reconnaissance.

## LA FRAGILISATION DES CARRIÈRES PAR LA CRISE DE LA COVID-19

Le questionnaire a circulé à l'automne 2020, alors que la pandémie de COVID-19 battait son plein. Nous avons émis ci-dessus la possibilité que les conséquences, pour le secteur musical, de la crise sanitaire causée par cette pandémie aient pu hausser le pourcentage de répondantes ayant déjà songé à abandonner leur carrière, bien que peu de réponses mentionnent directement cette crise. La recension des écrits nous a révélé que les carrières des femmes dans les secteurs culturels et créatifs sont plus fragiles aux crises (voir, p. ex., O'Connor, 2010, cité par Wing-Fai et al., 2015, p. 63). Nous avons ainsi voulu savoir plus directement dans quelle mesure la pandémie de COVID-19 fragilisait la carrière des femmes du secteur musical francophone canadien et pouvait affecter la durabilité de leur carrière. Nous avons demandé aux répondantes d'évaluer le degré de fragilisation de leur carrière par la crise causée par cette pandémie sur une échelle de 1 à 7 (1 = pas du tout; 4 = modérément; 7 = extrêmement). La moyenne des réponses de l'ensemble des répondantes (n : 591) s'élève à 4,9/7.

Cependant, cette moyenne est significativement plus élevée chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 217) (moyenne de 5,4) et **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (n : 48) (moyenne de 6). Les répondantes correspondant à cette dernière catégorie sont d'ailleurs 48 % à indiquer que cette crise fragilise extrêmement leur carrière (réponse 7). Cette moyenne est également plus élevée chez les répondantes dont l'activité principale de l'organisation est **Production/agence de spectacles** (n : 42) (5,3). La crise occasionnée par la pandémie de COVID-19 a donc fragilisé

significativement plus la carrière des répondantes dont les activités sont liées au spectacle. Cela s'explique par l'interruption des spectacles en raison des contraintes sanitaires imposées pour enrayer la propagation du virus.

Le degré de fragilisation de la carrière par cette crise est également plus élevé chez les répondantes qui ont un niveau de scolarité plus faible. La moyenne des réponses de celles qui ont un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent (n : 17) ou quelques cours de niveau collégial ou universitaire (n : 48) s'élève à 5,5, alors que cette moyenne est de 4,6 pour celles qui ont un diplôme d'études supérieures (n : 125). Le niveau de scolarité semble donc influencer le degré de fragilisation de la carrière. Bien que nous n'ayons pas approfondi cette distinction en groupes de discussion, nous pouvons avancer une piste d'explication en lien avec les possibilités que donnent les études pour diversifier ses possibilités de carrière lorsqu'une crise entrave la poursuite des activités professionnelles habituelles.

De façon générale, des répondantes ont exprimé en groupes de discussion avoir traversé des « épisodes de découragement » à différents moments de la crise, en raison de la double incertitude ressentie, tant sur le plan des spectacles et des annonces concernant les contraintes sanitaires, que sur le plan de la famille, pour celles qui sont mères d'enfant(s) à charge. Au printemps 2020, les enfants étaient confinés à la maison avec leurs parents en télétravail. Dans les mois suivant ce premier confinement, ils devaient rester à la maison au moindre symptôme présumé de la maladie dans l'attente de résultats de tests de dépistage. Des femmes poursuivant

leurs activités professionnelles pendant cette période racontent avoir vécu plus difficilement cette période sur le plan de la conciliation travail-famille en raison de cette double incertitude, bien que ces difficultés aient été ressenties dans de nombreux secteurs d'activité. Cela va dans le même sens que plusieurs études récentes<sup>35</sup>. Ces difficultés en lien avec la conciliation travail-famille participent à expliquer la fragilisation des carrières des femmes pendant cette période.

Plusieurs répondantes soulignent positivement les nombreuses mesures de soutien, financières et autres, déployées pendant cette crise pour soutenir le secteur culturel. Il faut de plus insister sur le fait que, de la perception de certaines répondantes, la crise de la COVID-19 a mis en valeur la flexibilité des entreprises des femmes. Leurs entreprises sont souvent de petites structures capables de s'adapter aisément aux perturbations vécues en lien avec la pandémie (voir sous-section 4.1.3). Des répondantes parlent de cette crise comme d'une occasion de repenser certains modes de fonctionnement du secteur, de « choisir de nouvelles possibilités » inspirées des modèles d'entreprises qu'elles mettent en œuvre et qui, selon elles, traversent bien cette crise. Cette dernière ne serait donc pas seulement à l'origine de la fragilisation des carrières.

### Que retenir de la fragilisation des carrières par la crise de la COVID-19

La crise occasionnée par la pandémie de COVID-19 a **significativement plus fragilisé la carrière des répondantes dont les activités sont liées au spectacle**, soit les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices**, les **Musiciennes instrumentistes et/ou choristes**, de même que les répondantes dont l'activité principale de l'organisation est **Production/agence de spectacles**. Le **niveau de scolarité** semble également influencer le degré auquel la crise fragilise la carrière, **le degré moyen de fragilisation de la carrière s'abaissant à mesure qu'augmente le niveau de scolarité**. Enfin, cette crise a aussi **révélé la flexibilité de certains modèles d'entreprises portées par des femmes**. Quelques-unes d'entre elles la voient comme **l'occasion de repenser certains modes de fonctionnement du secteur**.

35. Dans le secteur musical, une étude indique que les personnes déjà sous-représentées de l'industrie musicale, comme les femmes, semblent avoir été touchées plus durement par la COVID-19 (Nordicity, 2020, p. 3). De plus, dans la population en général, une étude de Statistique Canada parue en février 2021 confirme que les femmes accomplissaient encore la plupart des tâches domestiques pendant la pandémie (Zossou, 2021). D'autres statistiques démontrent que pendant le confinement du printemps 2020, le temps consacré aux soins aux enfants avait augmenté de 27 heures par semaine pour les mères canadiennes, pour atteindre un total de 95. Chez les pères, ce temps était passé à 46 heures, une hausse de 13 heures par semaine (Collard, 2022).

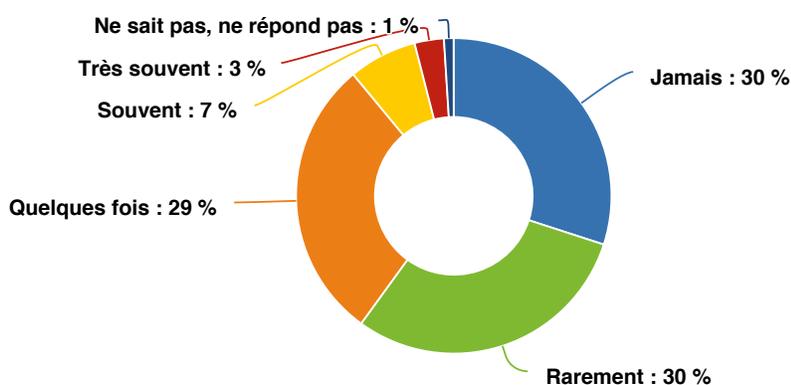
## LA PRÉSENCE DE HARCÈLEMENT

Pour conclure la présentation des raisons qui alimentent le fait de songer à abandonner sa carrière et qui peuvent, plus généralement, affecter la durabilité des carrières et la santé des femmes, nous nous sommes attardées au harcèlement. Nous l'avons décliné, dans le questionnaire, suivant quatre formes de harcèlement, soit le harcèlement psychologique, sexuel, discriminatoire et criminel<sup>36</sup>. Nous avons mesuré ces formes de harcèlement à l'aide d'une échelle de fréquence allant de « jamais » à « très souvent ». En complément, nous avons sondé les répondantes sur leur connaissance des ressources disponibles dans leur région pour obtenir de l'assistance en cas de harcèlement. Les réponses suggèrent que les répondantes qui subissent du harcèlement songent davantage à abandonner leur carrière et qu'elles sont peu nombreuses à connaître les ressources existantes dans leur région en cas de harcèlement.

**Le harcèlement psychologique<sup>37</sup>** — Le harcèlement psychologique est la forme de harcèlement la plus répandue : 69 % des répondantes au questionnaire (n : 591) estiment en avoir déjà subi, comme le montre la **figure 27**, dans la plupart des cas rarement ou quelques fois (59 %) et, en de plus minces proportions, souvent ou très souvent (10 %).

**Figure 27 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement psychologique**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



Cependant, certaines catégories de répondantes estiment dans une proportion significativement plus importante vivre du harcèlement psychologique. Tandis que 29 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) estiment en vivre quelques fois, ce sont 41 % des répondantes qui œuvrent principalement en anglais (n : 51) et, bien que cette tendance soit statistiquement moins significative, 40 % de celles qui s'identifient comme étant membres de la communauté LGBTQ2+ (n : 87) qui estiment en vivre quelques fois.

36. En vous rapportant à vos expériences des cinq dernières années dans l'industrie musicale canadienne francophone (ou moins si vous êtes dans cette situation), à quelle fréquence vous arrive-t-il de subir du harcèlement psychologique / du harcèlement sexuel / du harcèlement discriminatoire / du harcèlement criminel? Base : ensemble des répondantes, n : 591. Les définitions fournies dans le questionnaire pour chaque forme de harcèlement sont reprises dans les notes de bas de page suivantes.

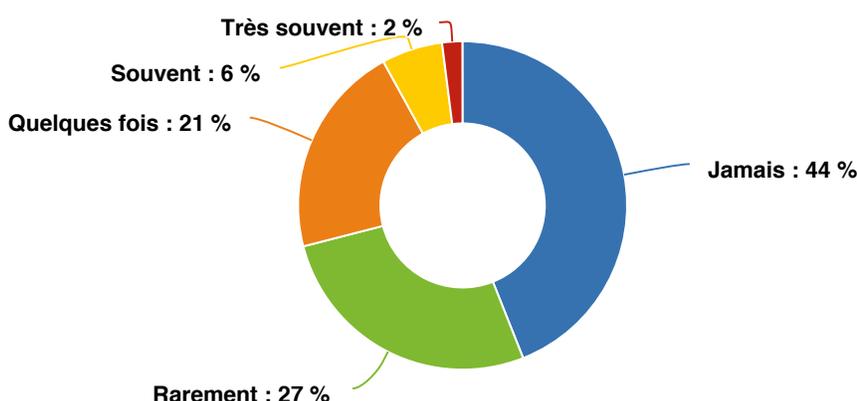
37. «Le harcèlement psychologique au travail est une conduite vexatoire qui se manifeste par des comportements, des paroles ou des gestes répétés qui sont hostiles ou non désirés, qui portent atteinte à la dignité ou à l'intégrité psychologique ou physique du salarié et qui rendent le milieu de travail néfaste» (*Loi sur les normes du travail*, article 81.18 citée par L'Aperté, 2021).

De plus, lorsqu'on croise par régression linéaire<sup>38</sup> cette variable aux réponses à la question sur le fait d'avoir déjà songé à abandonner sa carrière, il faut souligner que parmi les répondantes estimant avoir vécu souvent ou très souvent du harcèlement psychologique (n : 57), 84 % ont déjà songé à abandonner leur carrière. Elles ne donnent pas nécessairement le harcèlement psychologique comme principale raison pour avoir déjà songé à abandonner leur carrière mais, à la lumière de ces calculs, il semble avoir pu y contribuer.

**Le harcèlement sexuel<sup>39</sup>** — Comme l'illustre la **figure 28**, 56 % de répondantes estiment subir du harcèlement sexuel, dans la plupart des cas rarement ou quelques fois (48 %) et, en de plus minces proportions, souvent ou très souvent (8 %).

**Figure 28 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement sexuel**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



Cependant, certaines catégories de répondantes estiment dans une proportion significativement plus importante vivre du harcèlement sexuel. Tandis que 21 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) estiment en vivre quelques fois, ce sont 35 % des répondantes qui œuvrent principalement en anglais (n : 51), 47 % des répondantes dont le statut professionnel principal est **Professionnelle des métiers techniques** (n : 15) et 31 % des répondantes dont l'activité principale de l'organisation est **Gérance d'artistes** (n : 36) qui estiment en vivre quelques fois. De plus, tandis que 8 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) estiment en vivre souvent ou très souvent, ce sont 12 % des répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) et 17 % des répondantes qui s'identifient comme étant membres de la communauté LGBTQ2+ (n : 87) qui estiment en vivre souvent ou très souvent.

38. Comme défini dans la sous-section 4.1.1, la régression linéaire est un calcul visant à établir une relation linéaire entre des variables : une variable que l'on cherche à expliquer et d'autres variables dites explicatives. Dans ce cas, la variable « songer à abandonner sa carrière » est la variable que l'on cherche à expliquer. La variable du harcèlement psychologique est une variable explicative.

39. « Le harcèlement sexuel comprend, entre autres, des contacts physiques non désirés (atouchements, pincements, empoignades, frôlements), de la sollicitation de faveurs sexuelles non désirées, des commentaires inappropriés d'ordre sexuel, des remarques sur le corps de la victime ou sur son apparence, des plaisanteries qui dénigrent l'identité sexuelle ou l'orientation sexuelle de la victime, des questions intimes, des regards concupiscent, notamment dirigés sur les parties sexuelles de la victime, des sifflements, l'affichage de photographies pornographiques » (Commission des Normes, de l'Équité et de la Santé et sécurité au Travail, citée par L'Aparté, 2021).

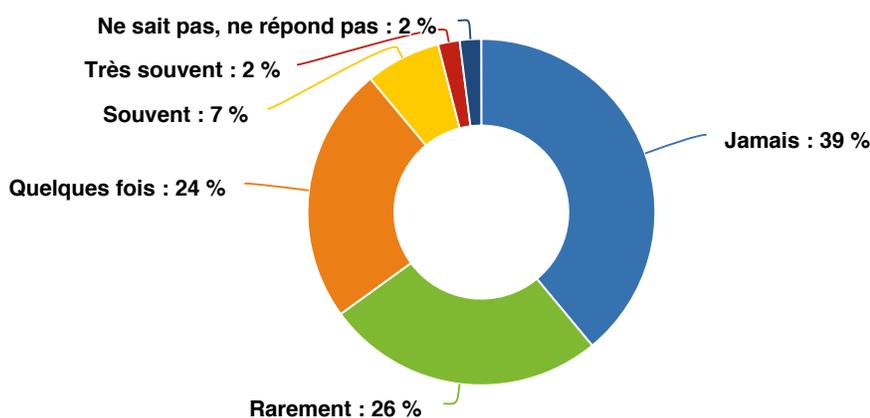
En groupes de discussion, ce sont d'ailleurs des répondantes dont le statut professionnel est **Artiste interprète/ artiste interprète et autrice et/ou compositrice** qui ont soulevé cette difficulté rencontrée dans leur carrière. Sans prétendre que les cas de harcèlement sexuel rencontrés dans le secteur musical canadien francophone se limitent aux situations qu'elles décrivent, elles mentionnent des « commentaires déplacés », des « regards », des « remarques [...] ou des mots déplacés de la part de certaines gens du public et d'artistes aussi ». Une artiste va jusqu'à préciser que le principal problème du secteur est la « banalisation de ces violences à caractère sexuel ».

Plusieurs répondantes soulignent que les vagues de dénonciation des dernières années ont eu pour effet que « l'on tend à moins tolérer cela », bien qu'il y ait encore ce qu'elles appellent « une vieille garde dans l'industrie de la musique, qui fait des commentaires, qui se permet des gestes vraiment déplacés ». Elles observent que les mentalités changent, qu'on est « dans un tournant pour passer à autre chose », mais que la sensibilisation et l'éducation au respect dès l'enfance des garçons et des filles demeurent nécessaires. Certaines vont jusqu'à vanter le mérite de campagnes choc pour sensibiliser au caractère inacceptable de ces comportements, en comparant avec les campagnes choc qui ont permis de sensibiliser aux dangers de l'alcool au volant quelques décennies plus tôt.

**Le harcèlement discriminatoire**<sup>40</sup> — Comme l'illustre la **figure 29**, 59 % des répondantes (n : 591) estiment subir du harcèlement discriminatoire, dans la plupart des cas rarement ou quelques fois (50 %) et, en de plus minces proportions, souvent ou très souvent (9 %).

**Figure 29 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement discriminatoire**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



Cependant, certaines catégories de répondantes estiment dans une proportion significativement plus importante vivre du harcèlement discriminatoire. Tandis que 9 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) estiment en vivre souvent ou très souvent, ce sont 22 % des répondantes qui sont membres d'une minorité visible (n : 41), 20 % de celles qui œuvrent principalement en anglais (n : 51) et 14 % de celles dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/ artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) qui estiment en vivre souvent ou très souvent.

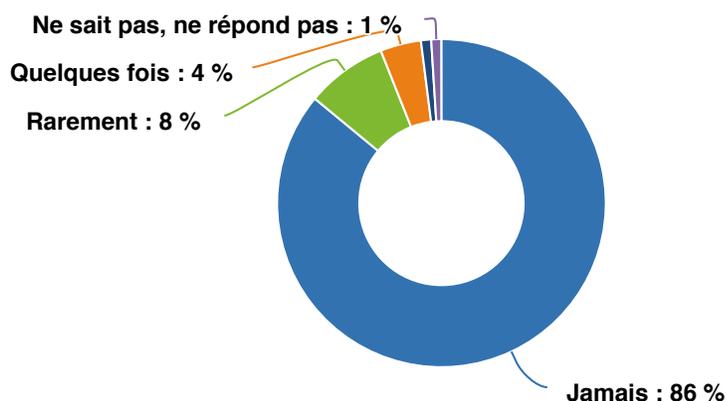
40. « Le harcèlement discriminatoire implique une conduite vexatoire avec une connotation discriminatoire sur un des motifs protégés par la Charte des droits et libertés. Par exemple, la discrimination peut être en lien avec la race, la couleur, le sexe, la grossesse, l'orientation sexuelle, l'état civil, l'âge, la religion, les convictions politiques, la langue, l'origine ethnique ou nationale, la condition sociale, le handicap ou l'utilisation d'un moyen pour pallier ce handicap » (L'Aparté, 2021).

Dans les recommandations formulées par les répondantes au questionnaire pour une industrie musicale plus inclusive (voir **figure 31** dans la partie 5), des répondantes parlent de l'importance de la sensibilisation à la culture du sexisme et du racisme qui leur semble avoir cours dans l'industrie musicale canadienne francophone. Elles mentionnent les biais inconscients susceptibles de perpétuer des comportements discriminatoires sans que celles et ceux qui les perpétuent en aient conscience. Comme cela sera abordé dans la partie 5, des répondantes soutiennent que de la sensibilisation aux biais inconscients à l'égard, p. ex., « des personnes trans, non-binaires, racisées [...] », pourrait réduire l'occurrence de ce harcèlement discriminatoire.

**Le harcèlement criminel<sup>41</sup>** — Comme l'illustre la **figure 30**, le harcèlement criminel survient beaucoup moins fréquemment : 86 % des répondantes n'en ont jamais subi.

**Figure 30 — Fréquence à laquelle les répondantes estiment subir du harcèlement criminel**

Base : ensemble des répondantes, n : 591.



Cependant, certains sous-groupes de répondantes estiment dans une proportion significativement plus importante vivre du harcèlement criminel. Tandis que 12 % de l'ensemble des répondantes (n : 591) estiment en vivre rarement ou quelques fois, ce sont 22 % de celles qui œuvrent principalement en anglais (n : 51), 29 % de celles qui œuvrent principalement dans deux ou trois langues (n : 21), 44 % de celles qui s'identifient comme Autochtones (n : 9), 30 % de celles qui ont un handicap (n : 20) et 19 % de celles dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/ artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) qui estiment en vivre rarement ou quelques fois. Ces proportions étant minces, bien que non négligeables, les cas de harcèlement criminel dans le secteur musical canadien francophone n'ont pas été soulevés par les répondantes lors des groupes de discussion.

41. « Le harcèlement peut devenir criminel lorsque la personne harcelée craint pour sa sécurité, qu'elle soit physique, psychologique ou émotionnelle, et que l'agresseur le sait et ne s'en soucie pas. Suivre, communiquer ou épier une personne de manière répétée sont des gestes qui pourraient conduire à des accusations de harcèlement criminel pouvant mener à des peines telles qu'un emprisonnement maximal de 10 ans » (L'Aparté, 2021).

## Que retenir de la présence de harcèlement

Le **harcèlement psychologique** est la forme de harcèlement que la plus grande proportion de l'ensemble des répondantes (n : 591) estime avoir déjà subi : 69 % estiment en avoir déjà subi. Cette forme de harcèlement semble influencer le fait de songer à abandonner sa carrière, puisque 84 % des répondantes estimant avoir vécu souvent ou très souvent du harcèlement psychologique (n : 57) y ont déjà songé. Quant au **harcèlement sexuel**, ce sont 56 % des répondantes qui estiment en avoir déjà subi. En groupes de discussion, des répondantes parlent de « commentaires déplacés », de « regards » et de « remarques », bien que d'autres formes de harcèlement sexuel puissent se manifester. Elles observent un changement positif depuis les vagues de dénonciation des dernières années. Le **harcèlement discriminatoire**, que 59 % des répondantes estiment avoir déjà subi, s'explique selon plusieurs d'entre elles par des **biais inconscients à l'égard de personnes marginalisées**. Enfin, une proportion plus mince de répondantes estime subir du **harcèlement criminel** (12 %). Les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221) et celles **œuvrant principalement en anglais** (n : 51) estiment en proportions significativement plus importantes vivre à la fois du harcèlement discriminatoire, sexuel et criminel.

## DES RESSOURCES PEU CONNUES EN MATIÈRE DE SOUTIEN CONTRE LE HARCÈLEMENT

Quelle que soit la fréquence où les répondantes estiment avoir vécu chacune de ces formes de harcèlement dans le secteur musical, il nous apparaissait important de savoir si, en présence de l'une ou l'autre de ces situations de harcèlement, les répondantes connaissent les ressources pour obtenir de l'assistance. Or, les réponses sur la connaissance de ces ressources<sup>42</sup> révèlent un pourcentage important de répondantes qui n'en connaissent pas : 66 % des répondantes à cette question (n : 587) ignorent vers quelle ressource se tourner en cas de harcèlement. La méconnaissance des ressources disponibles est donc assez généralement répandue. C'est le signe que des efforts restent à faire pour accroître la visibilité de ces ressources.

À titre d'illustration, seulement 13 % des répondantes du Québec (n : 522) connaissent l'Aparté<sup>43</sup>. De plus, l'organisme n'est connu que de 7 % des répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (toutes régions confondues) (n : 221), alors que les répondantes ayant ce statut professionnel sont celles qui, dans la plus grande proportion, estiment vivre du harcèlement discriminatoire, sexuel et criminel. Parmi les autres répondantes qui connaissent des ressources, elles citent dans une proportion de 8 % Unison Fonds de bienfaisance, dans une proportion de 3 % des organismes ou services d'aide en général de leur région, comme des CLSC, des centres de femmes et des services d'avocats. Elles citent également dans une proportion de 3 % le service Juripop ainsi que dans de plus minces proportions,

42. Connaissez-vous les ressources disponibles dans votre région pour obtenir de l'assistance dans l'une ou l'autre des situations de harcèlement décrites précédemment (par exemple : Unison Fonds de bienfaisance pour l'ensemble du Canada; L'Aparté pour le Québec ou d'autres ressources de votre région)? Base : ensemble des répondantes, sans la non-réponse, n : 587.

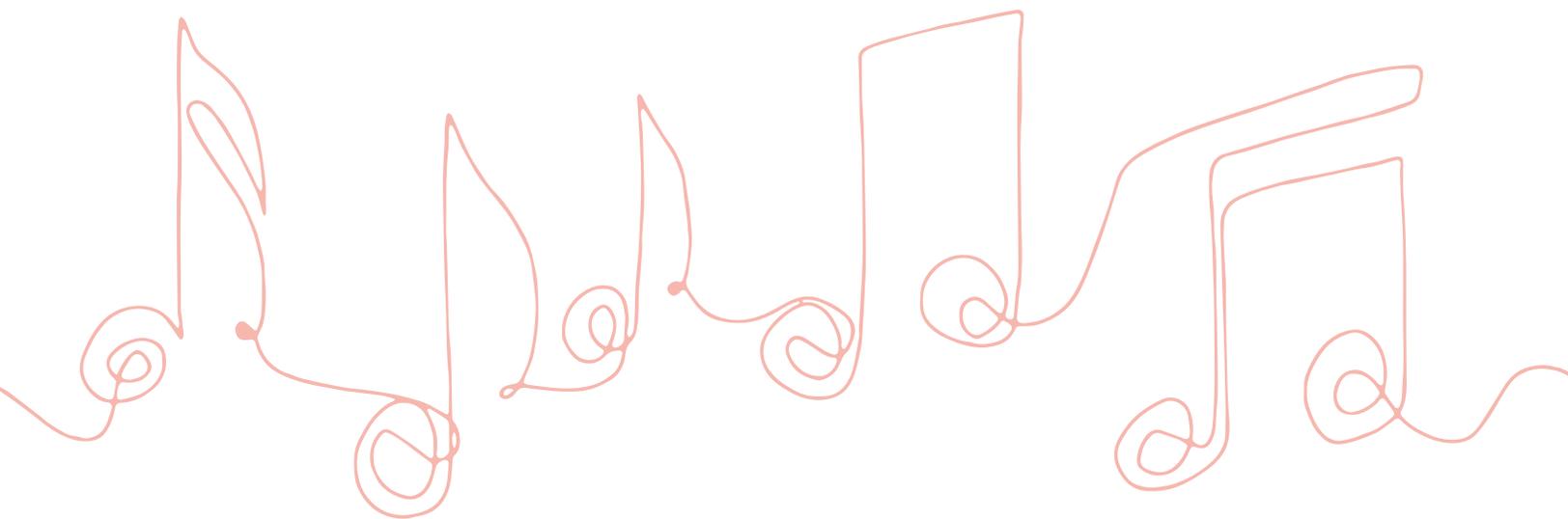
43. L'Aparté est né à la suite du mouvement #moiaussi (#metoo), lorsque des associations professionnelles et des regroupements se sont réunis pour mettre en place un plan d'action visant à agir contre toutes les formes de harcèlement dans le milieu culturel. La mission de l'Aparté, soutenue par le ministère de la Culture et des communications du gouvernement du Québec, est d'offrir une première assistance à toutes les personnes du milieu culturel qui font l'objet ou ont été témoins de harcèlement (psychologique ou sexuel) ou de violence au travail (agression sexuelle). Leurs services sont offerts en français et en anglais. Ils sont gratuits, confidentiels et indépendants des associations ou regroupements professionnels (L'Aparté, 2021).

d'autres organismes et services d'aide en matière sexuelle et pour victimes d'actes criminels, des associations d'artistes, des services professionnels (avocats, conseillers en RH) et l'entourage personnel et professionnel.

Les avenues pour mieux faire connaître ces ressources auprès des personnes qui pourraient en avoir besoin seront abordées dans la partie 5, au sein des recommandations formulées par les personnes ayant participé à cette étude pour relever l'ensemble des défis énoncés dans la partie 4.

### Que retenir de la méconnaissance des ressources en matière de soutien contre le harcèlement

La **méconnaissance des ressources** disponibles en présence de l'une ou l'autre de ces situations de harcèlement est assez répandue : **66 % des répondantes (n : 587) ne connaissent pas les ressources vers lesquelles se tourner pour obtenir de l'assistance en cas de harcèlement.** À titre d'illustration, seulement 13 % des répondantes du Québec (n : 522) connaissent l'Aparté et seulement 7 % des répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (toutes régions confondues) (n : 221) connaissent cet organisme. Or, les répondantes ayant ce statut professionnel sont celles qui, dans la plus grande proportion, estiment vivre du harcèlement discriminatoire, sexuel et criminel.



## 5. Résultats : pistes de solution pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive

Les pistes de solution qui suivent sont tirées de la réflexion menée avec les participantes à cette étude. À chaque étape de la recherche (entretiens individuels, questionnaire, groupes de discussion), nous avons fait émerger les solutions en demandant directement aux répondantes leurs recommandations pour répondre aux défis soulevés. Elles ne constituent pas les recommandations de l'auteur de ce rapport ni de la Fondation Musicaction. Elles mettent en valeur la voix des répondantes et reflètent les besoins communiqués, sans teneur prescriptive. La **figure 31** ci-dessous présente les recommandations formulées par 417 des 591 répondantes au questionnaire ayant pris le temps de développer leurs idées pour favoriser une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive en réponse à une question ouverte<sup>44</sup>. Quant à la **figure 32**, elle fait état des facteurs ayant le plus positivement influencé l'avancement de la carrière des répondantes au questionnaire, sur le plan personnel, organisationnel ou sectoriel<sup>45</sup>. Ces recommandations et facteurs ont ensuite été approfondis et bonifiés lors des groupes de discussion, pour donner lieu aux pistes de solution développées dans les prochaines pages, synthétisées dans la **figure 33**. Ces pistes de solution sont susceptibles d'inspirer tant la Fondation Musicaction et la Direction Politique et Programmes de la musique du ministère du Patrimoine canadien que les autres parties prenantes du secteur musical canadien francophone, selon leur champ d'action.

Elles sont classées en quatre grandes familles selon les effets qu'elles peuvent créer pour favoriser un secteur musical canadien francophone plus inclusif. Lorsque cela s'avère pertinent, ces pistes de solution sont mises en perspective avec les pratiques recensées dans les écrits sur la situation des femmes dans le secteur musical et dans d'autres secteurs culturels, au Canada et ailleurs dans le monde.

Tout au long de cette partie, des exemples d'initiatives dans d'autres secteurs ou d'autres pays visent à inspirer l'exploration de nouvelles solutions. Des initiatives déjà mises en place dans le secteur musical canadien francophone sont aussi présentées pour mettre en valeur le travail réalisé dans ce secteur et inviter à le poursuivre. Nous ne prétendons pas que ces exemples soient le fruit d'une recherche exhaustive. Ce sont majoritairement ceux qui nous ont été cités par les répondantes à cette étude lorsqu'elles illustraient leurs pistes de solution, auxquels s'ajoutent quelques exemples documentés par l'équipe de recherche.

44. Quelles sont vos recommandations pour que l'industrie musicale canadienne francophone soit plus inclusive (ex. : opportunités de réseautage, répertoire de femmes qui œuvrent dans cette industrie, programme de mentorat, sensibilisation à la culture du sexisme, incitatifs à intégrer les femmes dans les CA et les équipes dirigeantes, etc.)? Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 417.

45. Jusqu'à présent, quels sont les facteurs qui ont le plus positivement influencé l'avancement de votre carrière, sur le plan personnel, organisationnel ou sectoriel (ex. : la formation préalable, la formation continue, le soutien de mes pairs, la présence d'un mentor ou d'une mentore, le soutien de mon organisation, mes réseaux de contacts, etc.)? Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 504.

Ces pistes sont nombreuses, mais il faut savoir que l'exploration et la mise en œuvre de chacune sont susceptibles d'avoir des effets positifs sur plusieurs dimensions de la situation des femmes dans le secteur musical canadien francophone, en pavant notamment la voie à d'autres pistes de solution. Comme le disait l'artiste Brigitte Poupart dans une entrevue à Radio-Canada (2019) : « Il y aura toujours une façon d'expliquer pourquoi il est difficile d'atteindre la parité, mais un changement à une seule de ces étapes pourrait avoir un impact sur la carrière de nombreuses femmes ».

## Que retenir des pistes de solution

Quatre grandes familles de pistes de solution pour une industrie musicale canadienne francophone ont émergé des différentes étapes de cette étude, soit :

1. **Formation et développement des compétences;**
2. **Incitatifs à l'inclusion des femmes et à la prise en compte des défis qu'elles rencontrent;**
3. **Réseautage, entraide et socialisation;**
4. **Reconnaissance et valorisation.**

### Figure 31 — Recommandations pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive

Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 417.

Recommandations	%
Sensibilisation à la culture du sexisme	45
Incitatifs à intégrer les femmes dans les postes de prise de décision	42
Programme de mentorat	42
Opportunités de réseautage	36
Répertoire de femmes qui œuvrent dans l'industrie	22
Quotas de représentativité	16
Valoriser les modèles féminins et non-binaires	12
Financement réservé	12
Opportunités de formations et stages	10
Favoriser l'inclusion de toutes les minorités	6
Soutien à la conciliation travail-famille	5
Créer des espaces exclusivement féminins	3
Ressources d'aide en général	2
Récompenser les organisations et les évènements inclusifs	1

### Figure 32 — Facteurs ayant le plus positivement influencé l'avancement de la carrière

Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 504.

Facteurs d'influence	%
Le réseau de contacts/réseautage	36
L'entourage professionnel	30
Le soutien des pairs	29
La présence de mentors	24
La formation continue	20
La formation préalable	17
L'attitude personnelle	13
La solidarité féminine	10
Les reconnaissances	8
Le soutien des proches/communauté	8
Le financement public	7
Autres	19



Figure 33 — Tableau synthèse des pistes de solution ayant émergé de cette étude

 <b>FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES</b>		
Effets recherchés	Pistes de solution	Déclinaisons, s'il y a lieu
Former sur mesure et accompagner	Un programme de mentorat (mixte ou au féminin)	Jumelage sur base d'expérience
		Jumelage sur base intersectorielle
Former aux tâches techniques	Une banque d'heures-conseils	Jumelage sur base internationale
	Les formations réservées aux femmes dans les domaines techniques	Expertises spécifiques
		Familiarisation aux codes et au vocabulaire de la technique sonore
		Professionnalisation dans les métiers techniques
		Dans des programmes distincts
		Dans des événements (concours, festivals, vitrines, etc.) où les artistes se trouvent déjà en situation d'apprentissage.
	L'acquisition d'expérience par les femmes dans les domaines techniques	Ateliers de formation technique pour les filles et les femmes dans le milieu de l'éducation
		Jumelage de réalisatrices à des hommes artistes



## INCITATIFS À L'INCLUSION DES FEMMES ET À LA PRISE EN COMPTE DES DÉFIS QU'ELLES RENCONTRENT

Effets recherchés	Pistes de solution	Déclinaisons, s'il y a lieu
Sensibiliser à la culture du sexisme et aux biais inconscients	De la formation aux biais inconscients	Pour les professionnelles et professionnels de l'industrie Dans le réseau de l'éducation, particulièrement en musique et en technique sonore
	De la sensibilisation <i>ad hoc</i> sur les biais inconscients, les différentes formes de harcèlement et d'autres difficultés/formes d'exclusion vécues par les femmes	Kiosques d'information et cliniques de sensibilisation Affichage Faire connaître les ressources existantes
	Porter une attention à l'écriture	Écriture plus inclusive des femmes et des personnes non-binaires Des ressources pour accompagner les entreprises et organismes dans cette écriture
Inciter les femmes à intégrer des postes de prise de décision	Mise en valeur des femmes déjà en postes de décision et de leurs motivations	Communiquer mutuellement les succès des unes et des autres sur les réseaux sociaux et dans les médias Mettre en valeur des portraits de décideuses dans les canaux de communication de l'industrie
	Encouragements et invitations formulées directement à des femmes	Par des canaux créés à cette fin Par des canaux existants Par voie d'une représentation plus organisée sous forme de lobbying
	Ouverture de sièges sur les conseils d'administration (CA) de l'industrie musicale canadienne francophone	L'ouverture par les CA à la possibilité qu'y siègent des employées autres que des personnes dirigeantes ou propriétaires d'entreprises
	Quotas ou cibles d'inclusion des femmes sur les conseils d'administration (CA)	

Le tableau sur les Incitatifs se poursuit en page suivante.



## INCITATIFS À L'INCLUSION DES FEMMES ET À LA PRISE EN COMPTE DES DÉFIS QU'ELLES RENCONTRENT

Effets recherchés	Pistes de solution	Déclinaisons, s'il y a lieu
Soutenir et accélérer l'atteinte de l'équilibre	Chiffrer le portrait de la représentation des femmes	Dans les programmations Sur les CA, jurys, comités, etc
	Les quotas de représentativité (une piste de solution mitigée)	Programmations des radios, salles de spectacles et festivals Prestations musicales à la télévision Panels, conférences, ateliers de formation
	Le financement réservé	Système de pointage selon le nombre de femmes derrière le projet pour lequel le financement est demandé Programmes de financement réservés aux projets de femmes et de personnes de la diversité de genre Cibles d'attribution de bourses et subventions selon les genres représentés à la tête ou dans la composition des équipes des projets
	Les événements mettant exclusivement les femmes en scène	Vitrines réservées aux artistes femmes et non-binaires dans les réseaux existants Festivals entièrement féminins

Le tableau sur les Incitatifs se poursuit en page suivante.



## INCITATIFS À L'INCLUSION DES FEMMES ET À LA PRISE EN COMPTE DES DÉFIS QU'ELLES RENCONTRENT

### Effets recherchés

Soutenir la conciliation travail-vie personnelle

### Pistes de solution

Les mesures de soutien aux parents

### Déclinaisons, s'il y a lieu

Élargissement de la mesure de Musicaction aux parents d'enfants de plus de 6 ans

Admissibilité d'autres frais liés aux enfants dans les demandes de financement pour des projets nécessitant l'absence d'un ou des deux parents du foyer familial

Services de garde dans les lieux de répétition et les salles de spectacles

Sensibilisation des tourneurs et diffuseurs sur la gestion du temps des parents qui amènent leurs enfants en tournée

Développement d'un réseau de salles « *amies des familles* »

Les mesures de soutien à une diversité de modes de vie

Valoriser le repos, y compris chez les nouvelles recrues de l'industrie

Se relayer et s'entraider pour prendre des congés

Véhiculer des balises en matière de gestion des ressources humaines

Proposer des activités de réseautage favorisant la conciliation travail-vie personnelle



## RÉSEAUTAGE, ENTRAIDE ET SOCIALISATION

Effets recherchés	Pistes de solution	Déclinaisons, s'il y a lieu
<p>Diversifier les opportunités de réseautage</p>	<p>Du réseautage entre femmes</p> <hr/> <p>Du réseautage mixte portant sur les questions d'inclusion</p> <hr/> <p>Du réseautage intersectoriel</p> <hr/> <p>Du réseautage pancanadien et international entre femmes en musique</p> <hr/> <p>Du réseautage intergénérationnel</p>	<p>Sous la forme de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Évènements ponctuels</li> <li>– Au sein d'évènements existants</li> <li>– Dans le cadre d'un forum annuel des femmes en musique</li> </ul>
<p>Cartographier les femmes dans tous les métiers de l'industrie musicale canadienne francophone</p>	<p>Répertoire des femmes en musique (partant d'initiatives existantes)</p> <hr/> <p>Plateforme de mise en relation</p>	



## RECONNAISSANCE ET VALORISATION

### Effets recherchés

Mettre en valeur les femmes et reconnaître leurs façons de faire

### Pistes de solution

Mise en lumière des femmes dans les métiers techniques

Reconnaissance de la diversité des façons d'exercer du leadership et de diriger

Mise en valeur de la présence des femmes dans toutes les activités de la création et de l'interprétation musicales

Reconnaissance des bénéfices qu'apporte au secteur le fait d'entreprendre autrement et de gérer sa carrière

Mise en valeur des femmes qui vieillissent, dans tous les métiers

### Déclinaisons, s'il y a lieu

- Portraits de femme, sous forme de baladodiffusions.
- Mots-clés mettant en valeur les initiatives et succès des femmes
- Matériel pédagogique pour le réseau de l'éducation





## 5.1 — Formation et développement des compétences

Les pistes de solution formulées par les répondantes en matière de formation et de développement des compétences ont pris la forme, d'une part, de formation sur mesure et d'accompagnement et, d'autre part, d'espaces réservés aux femmes pour acquérir des compétences et de l'expérience dans des domaines plus traditionnellement occupés par des hommes.

### 5.1.2 — Former sur mesure et accompagner

#### LE MENTORAT

Un programme de mentorat est l'une des pistes de solution les plus souvent citées par les répondantes au questionnaire, soit par 42 % d'entre elles (n : 417) (voir **figure 31**). Le mentorat est également cité comme quatrième facteur ayant le plus positivement influencé l'avancement de la carrière des répondantes<sup>46</sup>, présent dans 24 % des réponses (n : 504), et ce, avant la formation continue (20 %) et la formation préalable (17 %) (voir **figure 32**).

C'est le signe que le mentorat procure un accompagnement particulièrement utile à l'avancement de la carrière des femmes. Un programme de mentorat est particulièrement recommandé par les **Hautes dirigeantes ou cadres supérieures d'organisations** (n : 37) (65 %) qui offrent beaucoup de mentorat de leur propre initiative et sont capables d'en mesurer les bénéfices (voir sous-section 4.1.2). Plusieurs études sur les femmes dans l'industrie musicale, au Canada et ailleurs dans le monde,

soulignent d'ailleurs les bénéfices du mentorat et les besoins des femmes en la matière (Cobo, 2018; Nordicity, 2015; Prior et al., 2019; Smith et al., 2019).

#### Le mentorat : une définition

Le mentorat se définit comme un moyen d'apprentissage et de développement personnel et professionnel. Il se fonde sur une relation entre une personne d'expérience (le mentor) qui transmet la sagesse acquise et son expertise à une autre personne (le mentoré) ayant des compétences et des habiletés à acquérir, ainsi que des objectifs professionnels et personnels à atteindre, dans le but de favoriser son développement. La durée de la relation et la fréquence des rencontres varient selon les besoins de la personne mentorée ou les caractéristiques spécifiques aux programmes. Cette relation doit être volontaire, confidentielle et, dans la pratique, est souvent gratuite (définition adaptée de Mentorat Québec [2019]).

Les répondantes voient un programme de mentorat comme l'opportunité d'«échanger des pratiques», de «recevoir des conseils», de «développer leurs compétences, leurs forces», de «prendre confiance en leurs compétences» et «leurs possibilités», et ce, dans toutes les professions et à tous les stades de leur carrière. Par rapport à la formation continue et à la formation préalable, le mentorat permet, selon les répondantes, d'«obtenir un suivi» par une personne plus expérimentée ainsi qu'une «formation sur mesure» sur des sujets spécifiques lorsqu'ils se présentent, y compris des sujets plus personnels, comme la conciliation travail-famille. Par exemple, des entrepreneures parlent d'un besoin d'être guidées dans la croissance de leur entreprise. D'autres, qui envisageant la retraite, évoquent le besoin d'un accompagnement pour réaliser la transmission de leur entreprise, afin de préserver ce qu'elles ont construit pour les artistes qu'elles accompagnent.

46. Jusqu'à présent, quels sont les facteurs qui ont **le plus positivement influencé** l'avancement de votre carrière, sur le plan personnel, organisationnel ou sectoriel (ex. : la formation préalable, la formation continue, le soutien de mes pairs, la présence d'un ou d'une mentore, le soutien de mon organisation, mes réseaux de contacts, etc.)? Base : répondantes qui se prononcent, sans la non-réponse, n : 504

Cet accompagnement pourrait prendre la forme de mentorat. Des entrepreneures disposées à agir comme mentores voient dans cette activité l'occasion de transmettre les expertises et connaissances développées dans l'action au fil du développement de leur entreprise, afin qu'elles ne se perdent pas. Comme elles ont souvent peu d'employées, leurs expertises et connaissances risquent de se perdre si elles ne sont pas transmises avant leur départ à la retraite. Elles cherchent ainsi à éviter que « toutes les femmes repartent toujours de zéro pour se bâtir une entreprise », comme l'exprime l'une d'elles.

Certaines répondantes évoquent la pertinence d'un mentorat mixte, qui inclurait autant des femmes que des hommes dans la position de mentors. À l'inverse, d'autres répondantes suggèrent un mentorat « au féminin », en soulignant l'importance que plus de femmes se trouvent dans la position de mentores et, pour ce faire, que le mentorat se passe entre femmes, pour que ce soit des « femmes qui guident des femmes et montrent que ça se peut, de faire carrière en musique ».

Selon les nombreuses recommandations formulées à ce sujet par les répondantes à cette étude et sans égard aux divergences de recommandations en lien avec le genre des mentors, un programme de mentorat pourrait se fonder :

Sur base d'expérience, en jumelant des entrepreneures, dirigeantes, artistes, professionnelles des métiers techniques (mentorées) avec des personnes plus expérimentées dans ces corps de métier (mentores) pour transmettre leur expérience et les connaissances cumulées au fil du temps;

Sur base intersectorielle, en jumelant des entrepreneures et dirigeantes de l'industrie musicale (mentorées) à des « femmes à la tête d'entreprises florissantes dans d'autres domaines » (mentores) pour partager des expériences;

Sur base internationale, en jumelant des femmes de l'industrie musicale canadienne francophone à des femmes occupant les mêmes rôles dans l'industrie musicale d'autres pays, afin d'intégrer à leurs pratiques des pratiques plus courantes ailleurs dans le monde.

Dans tous ces cas, les répondantes soulignent l'importance que le jumelage des personnes mentores et mentorées soit réalisé sur la base d'affinités de personnalités, de motivations et d'objectifs de carrière propres à chaque femme. Elles recommandent également qu'un tel programme rémunère les mentores en reconnaissance de la valeur du temps investi et des connaissances transmises.

## Des exemples de mentorat pour les femmes en musique

Le mouvement Keychange et la communauté Shesaid.so, dont l'action vise à accroître la présence des genres sous-représentés en musique, ont développé conjointement we.grow, un programme de mentorat ouvert aux femmes d'une diversité de corps de métier dans l'industrie musicale, sur une base internationale. Avec le soutien de partenaires dans chaque pays où le mouvement est actif, we.grow jumèle chaque année 74 femmes et artistes de la diversité de genre de tous les pays avec des artistes et professionnelles plus expérimentées dans le cadre d'une relation de mentorat d'une durée d'un an. Voir : <https://www.keychange.eu/>

En juin 2020, l'Australian Independent Record Labels Association lançait un programme de mentorat pour les femmes en musique, ouvert à toutes les femmes, personnes s'identifiant au genre féminin et personnes non-binaires exerçant ou aspirant à exercer des tâches créatives, techniques ou de gestion dans l'industrie musicale australienne. Le programme jumèle des mentores et des mentorées sur une période de 5 mois en mettant l'accent sur l'assistance dans la progression des carrières dans une perspective de leadership, de prise de décision stratégique, de négociation de contrats, de littératie financière et, plus généralement, de compétences commerciales et corporatives. Voir : <https://air.org.au/women-in-music-mentor-program/>

### Le conseil : une définition

Le conseil se distingue du mentorat en ce qu'il vise la résolution d'un problème ciblé, en situation, moyennant généralement une rémunération à taux horaire préétabli. Il réunit un ensemble de pratiques consistant à aider, à informer et à soutenir une personne dans la recherche de solutions à ce problème ciblé.

### UNE BANQUE D'HEURES-CONSEILS

Les entrepreneures et les dirigeantes de l'industrie musicale canadienne francophone sont nombreuses à se trouver dans des entreprises de petite taille avec peu de ressources humaines. Elles doivent maîtriser de nombreuses expertises et évoquent la difficulté à garder en mémoire les informations obtenues lors des formations continues qu'elles suivent pour les moments où elles s'avèrent nécessaires. Elles souhaitent avoir accès à une banque de conseillères et conseillers, identifiés pour chacune de ces expertises,

comme la gestion des droits de synchronisation, la production d'enregistrements sonores, les connaissances techniques, etc. Ces conseillères et conseillers disposeraient d'une banque d'heures rémunérées pour répondre à des questions spécifiques aux artistes, entrepreneures, dirigeantes, autres employées et professionnelles des métiers techniques. Sachant que la personne conseillère serait rémunérée pour cela, par reconnaissance de la valeur du temps qu'elle investit et des connaissances qu'elle transmet, la personne qui sollicite ses conseils se sentirait moins « gênée de le faire ».

Des répondantes des communautés francophones en situation minoritaire parlent aussi de l'intérêt d'avoir accès à une telle banque d'heures-conseils auprès de personnes disposant d'une expertise dans leurs communautés. Elles soulignent que les programmes de formation continue disponibles sont souvent trop généraux ou trop orientés vers le contexte québécois pour tenir compte des particularités de leurs communautés.

### Des initiatives en matière de mentorat et de conseil

Pour le mentorat comme pour les banques d'heures-conseils, les répondantes sont nombreuses à souligner l'importance que ces programmes soient soutenus, financés et coordonnés par des organismes de l'industrie indépendants des entreprises privées, afin d'éviter tout favoritisme ou d'éviter d'ajouter des responsabilités aux entrepreneures et dirigeantes. Plusieurs mentionnent les démarches entreprises par des organismes comme Shesaid.so, Women in Music et Keychange pour mettre sur pied de telles initiatives de mentorat. D'autres donnent aussi l'exemple d'un programme de consultation qu'offrait anciennement la Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ).

#### 5.1.2 — Former aux tâches techniques

Quand on demande aux répondantes exerçant des tâches techniques (n : 318) d'indiquer leur aisance dans la réalisation de ces tâches, environ la moitié d'entre elles répondent qu'elles ne se sentent pas à l'aise ou qu'elles se sentent moyennement à l'aise (voir section 4.2). Parmi celles-ci, 50 % expliquent que c'est parce qu'elles n'ont jamais eu l'occasion d'apprendre. Cela révèle un besoin de formation accessible pour leur permettre d'acquérir plus d'aisance dans ces tâches faisant partie de leur quotidien, dans un contexte où les artistes se trouvent en situation d'autonomie croissante.

## LES FORMATIONS RÉSERVÉES AUX FEMMES DANS LES DOMAINES TECHNIQUES

Plusieurs répondantes évoquent que pour donner à ces femmes la possibilité d'acquérir de l'aisance dans ces tâches, il faut leur créer un espace d'apprentissage dans lequel elles se sentiront en confiance d'essayer, de poser des questions et de se tromper, sans craindre d'être jugées. Bien que cet espace puisse exister en présence des hommes, elles sont plusieurs à croire que certaines femmes se sentiraient plus en confiance de se retrouver entre femmes, dans des « formations non mixtes, par des femmes, avec des femmes ». Cela faciliterait certains apprentissages liés à des « domaines ou expertises dites plus masculines », soit la réalisation, la technique sonore, la prise de son, le mixage et le matriçage.

Elles expriment que de telles formations permettent aux femmes de vivre une expérience positive leur donnant la confiance de répondre à d'éventuels « préjugés » ou au « sentiment de l'imposteur » qu'elles peuvent éprouver dans des contextes de réalisation de tâches techniques.

Les objectifs d'apprentissage de ces formations pourraient être de divers ordres, allant de :

La familiarisation aux codes et au vocabulaire de la technique sonore, pour que les femmes artistes se sentent en confiance de décrire le son recherché à la personne chargée de la technique de son lors d'un spectacle.

À des formations menant à la professionnalisation dans les métiers techniques, de réalisatrices, preneuses de son, sonorisatrices, éclairagistes ou créatrices de musique à l'image.

Ces espaces de formation non mixtes pourraient non seulement donner lieu à des programmes distincts, mais des répondantes suggèrent aussi d'en inscrire dans des événements (concours, festivals, vitrines, etc.) et réseaux existants de l'industrie, où sont souvent déjà offerts des ateliers touchant à la création ou à la promotion de la musique. Elles croient que de tels ateliers portant sur la technique seraient bien reçus par des artistes qui se trouvent déjà, lors de tels événements, en situation d'apprentissage. Dans certains cas, cela donnerait aux femmes qui y participent une première occasion d'acquérir de l'aisance dans ces tâches.

Les répondantes soulignent que de telles formations devraient être accessibles à toutes les étapes de la carrière, à prix modiques, en différents formats offrant une flexibilité quant au temps à accorder à cet apprentissage et dans des créneaux horaires conciliables avec la vie de famille. Par exemple, les camps s'étendant sur plusieurs jours ne s'avèrent pas facilement conciliables avec la vie de famille.

## L'ACQUISITION D'EXPÉRIENCE PAR LES FEMMES DANS LES DOMAINES TECHNIQUES

Plusieurs pistes de solution en lien avec les tâches techniques vont dans le sens d'une première acquisition d'expérience visant à donner confiance aux femmes dans la réalisation de ces tâches, parfois même avant la professionnalisation. Certaines répondantes suggèrent de mettre en place des ateliers de formation technique dans les écoles, pour « stimuler l'intérêt des jeunes filles envers les métiers techniques ». Par exemple, des femmes réalisant des tâches techniques pourraient « monter des petites sessions de formation pour les filles et les femmes dans les écoles secondaires, afin qu'elles fassent partie de l'équipe technique qui va préparer la salle et accueillir des artistes quand ils viennent en tournée ».

D'autres répondantes suggèrent que dans les espaces mixtes liés à l'apprentissage ou au perfectionnement du métier de réalisateur/réalisatrice, la place des femmes soit mieux mise en valeur. Par exemple, elles suggèrent que dans les camps jumelant des réalisateurs avec des artistes, des efforts soient faits pour jumeler des femmes réalisatrices avec des hommes artistes. Cela contrerait la tendance d'hommes et de femmes à se tourner vers des hommes dans leurs besoins en matière de réalisation, pour que «ça devienne juste normal de demander à une femme réalisatrice [...] qu'on ait le réflexe de les appeler».

## Des initiatives en matière de formation technique réservée aux femmes

L'organisme Music Publishers Canada offre un programme d'accélération aux femmes réalisatrices afin de donner aux candidates retenues un accès à du mentorat, à du réseautage et à un camp de création. Voir : <https://musicpublisher.ca/>

Au Québec, la Station Clip, un centre de formation Ableton certifié, recevait en août 2020, à l'initiative d'Ariane Moffatt, 15 femmes de la scène musicale québécoise afin de leur fournir ou de bonifier leurs outils de réalisation musicale. Selon le blogue de Station Clip, plusieurs femmes ont mentionné lors de ces journées qu'elles ne s'y seraient pas inscrites si la classe avait été mixte.

Voir : <https://stationclip.com/>

Des répondantes ont aussi cité le Montreal Rock Camp for Girls (RCFG\*), qui fait partie d'une alliance internationale de plus de 100 Girls Rock Camps à travers le monde. Le RCFG\* offre aux jeunes filles et personnes de genre non conforme des formations et un camp d'été d'une semaine autour de l'apprentissage d'un instrument, de la technique sonore et de la mise en œuvre d'un projet de production musicale. Il a pour but de promouvoir l'estime de soi, le travail d'équipe, l'acquisition de compétences et la pensée critique.

Voir : <https://girlsrockmontreal.com>

Enfin, le programme de mentorat Équité X Production, soutenu par la Fondation SOCAN, RBC et Ableton, permet à 25 femmes et membres d'autres minorités de genre de participer à une série de six webinaires et à des séances de mentorat en petits groupes afin qu'elles puissent se lancer en toute confiance dans leurs parcours de «production musicale». Le programme est ouvert aux interprètes, autrices et compositrices souhaitant développer leur talent en cette matière. Il a été élaboré en réponse aux recherches de l'Annenberg Inclusion Initiative, aux États-Unis, révélant la faible proportion de femmes réalisatrices (*music producer*) des chansons diffusées dans les palmarès radio.

Voir : [www.fondationsocan.ca](http://www.fondationsocan.ca)



## 5.2 — Incitatifs à l'inclusion des femmes et à la prise en compte des défis qu'elles rencontrent

Des incitatifs à l'inclusion des femmes et à la prise en compte des défis qu'elles rencontrent dans leurs environnements de travail ont pris un éventail de formes allant de mesures de sensibilisation aux biais inconscients, au soutien de la conciliation travail-vie personnelle jusqu'à l'établissement de quotas.

### 5.2.1 — Sensibiliser à la culture du sexisme et aux biais inconscients

La sensibilisation à la culture du sexisme est la recommandation la plus souvent citée par les répondantes au questionnaire, par 45 % d'entre elles (n : 417) (voir **figure 31**). Elles définissent généralement la culture du sexisme par des « biais inconscients », des « idées préconçues », des « automatismes », des « réflexes » des « trucs qu'on dit, qu'on ne pense pas ».

Les personnes réunies en groupes de discussion soulignent que « la plupart des gens ne sont pas là pour mal faire », mais que ces biais peuvent influencer inconsciemment leurs comportements et décisions, notamment en matière d'embauche et de programmation. Cela justifie selon elles que la sensibilisation à la culture du sexisme se fasse sous la forme d'une prise de conscience de ces biais inconscients (aussi appelés préjugés inconscients ou biais cognitifs), afin que les décisions et comportements soient « moins influencés par ces biais-là ». Comme le souligne une répondante : « Si on prend conscience de tout ce dont on n'a pas conscience, on peut comprendre que oui, on fait partie du problème sans le vouloir ».

Plusieurs répondantes soulignent l'importance d'inclure les hommes aux solutions concernant la sensibilisation à la culture du sexisme, qu'ils deviennent « des alliés pour leurs collègues féminines ». Elles suggèrent également que cette sensibilisation touche toute forme d'exclusion qui a le potentiel d'interagir, incluant le racisme.

### DE LA FORMATION AUX BIAIS INCONSCIENTS

L'une des solutions proposées par les répondantes consiste en de la formation sur les biais inconscients, qui s'adresserait à toute personne œuvrant dans le secteur musical, quels que soient son âge et le genre auquel elle s'identifie. Certaines répondantes vont jusqu'à suggérer qu'une telle formation soit conditionnelle à l'obtention de financement public par les entreprises.

#### Les biais inconscients : une définition

« [...] le biais ou préjugé inconscient est une attitude, un stéréotype, une motivation ou une hypothèse de nature implicite qui peut se manifester à l'insu de la personne qui affiche ce préjugé ou indépendamment de son contrôle ou de son intention. Le biais ou préjugé inconscient est le fruit de l'expérience de vie des individus et nul n'en est à l'abri. Tout le monde a des biais implicites ou inconscients. À titre d'exemples, mentionnons les préjugés fondés sur le sexe, la culture, la "race" ou l'origine ethnique, le handicap, l'âge, la langue et les institutions d'attache. Au fil du temps, les décisions qui s'appuient sur des préjugés inconscients peuvent avoir un effet cumulatif qui finit par influencer grandement sur la vie et l'égalité des chances des personnes concernées » (Conseil de recherche en sciences naturelles et génie du Canada, s. d., cité par UQAM, Équité, diversité, inclusion, s. d.).

Des ateliers de formation et des programmes d'accompagnement existent pour outiller les individus et entreprises dans l'identification de ces biais et la minimisation de leurs impacts.

## Un exemple de sensibilisation aux biais inconscients dès l'école

Dans les **domaines de la télévision et du cinéma**, l'organisme à but non lucratif **Réalisatrices Équitables**, qui réunit des réalisatrices professionnelles du Québec, a lancé en 2010, parmi de nombreuses initiatives, un programme de promotion intitulé *Les Réalisatrices se réalisent*. Au sein de ce programme, on compte une **série de conférences de réalisatrices dans les cégeps, les universités et les écoles de production des arts médiatiques au Québec** afin de rencontrer les réalisatrices de demain. Ces conférences « servent à donner l'heure juste sur les défis qui attendent les étudiantes, à sensibiliser leurs futurs collègues et partenaires de travail, et leur donner quelques astuces pour arriver à faire leur place malgré les obstacles ». Voir : <https://realisatrices-equitables.com/conferences-dans-les-ecoles/>

Plusieurs répondantes soulignent que la culture du sexisme s'inscrit dans l'éducation à plus long terme, de la famille et de l'école. Elles expriment le souhait que de la formation aux biais inconscients intervienne à tous les niveaux scolaires, et non seulement sur le marché du travail, soit dès l'éducation primaire, secondaire, collégiale et universitaire. Elles soulignent l'importance particulière d'une telle formation dans les programmes d'études en musique et en technique sonore, afin que les futures générations œuvrant dans le secteur musical soient sensibilisées en amont à la culture du sexisme. Une étude menée dans les programmes d'études en ingénierie sonore aux États-Unis a révélé une absence de femmes professeures des technologies du son; une plus faible participation en classe des étudiantes femmes; une culture extracurriculaire très masculine parmi les étudiants, de même que des idées préconçues et attentes à l'égard du genre dans les professions techniques. Elle invite à s'inspirer des mesures mises en place dans d'autres domaines d'études (science, technologies, génie, mathématiques), pour assister les enseignants dans la création de cultures plus inclusives des femmes dans les classes (Tucker, 2016).

### DE LA SENSIBILISATION AD HOC

En complément d'une formation donnée une seule fois ou d'un accompagnement sur les biais inconscients, des répondantes proposent que des sources d'information plus *ad hoc* soient offertes. Ce pourrait être des « cliniques de sensibilisation », des kiosques d'information et de l'affichage visant à véhiculer de l'information sur ce que sont, suivant les nombreuses recommandations à cet égard : les différentes formes de harcèlement, la discrimination de genre, la transphobie, la grossophobie et les standards de beauté, les micro-agressions, la banalisation des violences à caractère sexuel et la misogynie ordinaire.

Plusieurs répondantes suggèrent que ces sources d'information *ad hoc* traitent aussi de thèmes visant la reconnaissance des vécus de femmes qui ne sont pas nécessairement victimes de ces difficultés. Certaines suggèrent que des initiatives de sensibilisation portent sur le vécu des femmes qui deviennent mères, notamment les difficultés ressenties dans les mois suivant l'accouchement. Elles expriment qu'un tabou entourant les dimensions biologiques de la maternité contribue à « la pression de se remettre rapidement sur pied après l'accouchement, comme si de rien n'était », surtout pour les femmes artistes. Elles invitent à en parler plus ouvertement.

Elles sont également nombreuses à souligner l'importance que cette sensibilisation ne soit pas unidirectionnelle, mais qu'elle donne lieu à des échanges entre personnes de tous les genres, de tous les âges et de tous les postes dans le secteur. Elles invitent à un dialogue ouvert pour se comprendre et trouver ensemble des solutions adaptées à chaque situation.

## Une initiative en matière de sensibilisation au harcèlement

En 2019, en réponse au désir manifesté par de nombreux organismes, regroupements et associations du milieu culturel de se doter d'outils pour créer un milieu de travail exempt de harcèlement, l'**INIS**, mandatée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, a lancé une plateforme de formation numérique intitulée *Il était une fois... de trop* (voir [unefoisdetrop.ca](http://unefoisdetrop.ca)). En plus de 3 vidéos d'un total de 40 minutes visant **la compréhension, la reconnaissance et la prévention du harcèlement dans les environnements de travail en milieu culturel**, la plateforme offre des témoignages de personnes œuvrant dans le milieu culturel (en format baladodiffusion) et deux tests de connaissance servant à valider l'assimilation des informations transmises pendant la formation. On trouve également sur la plateforme une trousse pédagogique et un guide d'accompagnement pour l'élaboration d'une politique visant à prévenir et à contrer le harcèlement. Une certification en ligne viendra compléter la formation de base proposée sur le site pour les professionnels de l'audiovisuel qui doivent, dans le cadre de leur fonction, présenter une confirmation officielle de leur compréhension des problématiques et des enjeux liés au harcèlement. Voir : <https://www.inis.qc.ca/nouvelle/il-etait-une-fois-de-trop>

En octobre 2018, 43 organisations, syndicats, associations et regroupements du milieu culturel au Québec ont adopté un code de conduite pour prévenir le harcèlement et préserver un environnement de travail sain dans le milieu culturel. 5000 affiches exposant ce code de conduite ont été distribuées à ces 43 organismes et diffusées dans tous les lieux de travail des différents secteurs culturels au Québec<sup>47</sup>. En plus de définir les cinq éléments cumulatifs du harcèlement, ces affiches font la promotion de la formation en ligne de l'INIS — Centre de formation professionnelle en télévision, cinéma et médias interactifs (voir encadré). Ces affiches présentent aussi l'APARTÉ, qui offre une aide confidentielle, des ressources ou de l'information juridiques à toutes les personnes du milieu culturel au Québec qui font l'objet ou ont été témoins de harcèlement (psychologique ou sexuel) ou de violences au travail (agression sexuelle).

Malgré ces efforts, et comme mentionné dans la sous-section 4.3.5, 66 % des répondantes à notre questionnaire ne connaissaient pas, à l'automne 2020, les ressources disponibles dans leur région pour obtenir de l'assistance dans l'une ou l'autre des situations de harcèlement. L'APARTÉ n'était connu que de 13 % des répondantes du Québec (n : 522) et de 7 % des répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** (n : 221). Du travail reste donc à faire pour faire connaître les ressources en matière de harcèlement dans l'industrie musicale canadienne francophone, ainsi que pour élargir la sensibilisation aux thèmes soulevés précédemment.

## PORTER UNE ATTENTION À L'ÉCRITURE

En réponse au manque d'intérêt et d'aisance à siéger à des conseils d'administration, exprimé dans les réponses au questionnaire (voir sous-section 4.2.4), des répondantes en groupes de discussion soutiennent que la façon dont la documentation et les invitations à participer à ces conseils sont écrites — souvent au masculin générique (voir encadré) — est susceptible de participer à ce manque d'intérêt et d'aisance. Elles suggèrent qu'une écriture plus inclusive des femmes et des personnes non-binaires leur donnerait davantage l'envie

47. Pour voir le code de conduite et l'affiche qui en a été tirée, en anglais et en français : <https://uda.ca/services-et-outils/harcelement-services-offerts/code-de-conduite>

## La féminisation lexicale et la rédaction épïcène : une définition

L'Office québécois de la langue française recommande que, pour éviter le seul recours au masculin générique (c'est-à-dire au genre masculin employé pour désigner autant les hommes que les femmes) lorsqu'il est question de personnes, l'on fasse appel à la féminisation lexicale et à la rédaction épïcène (Arbour et de Nayves, 2018). La **féminisation lexicale** touche les mots et, plus particulièrement, les appellations de personnes, soit les termes employés pour désigner une personne en faisant référence au travail ou aux fonctions qu'elle exécute. La **rédaction épïcène** touche le texte : elle consiste à employer des appellations au féminin à côté des appellations au masculin, à abandonner progressivement le masculin générique (c'est-à-dire quand le masculin englobe les deux genres) et à rendre plus égale la représentation des femmes et des hommes dans le texte lui-même, en jouant sur les structures, les pronoms, le style utilisé, les accords, etc. La rédaction épïcène est également appelée rédaction non sexiste.

de participer à ces conseils d'administration tout comme à d'autres groupes et comités de travail du secteur musical canadien francophone.

En réponse à cette suggestion, d'autres répondantes invitent à ce qu'on rende l'information sur ces styles d'écriture inclusive plus accessible. Entre la féminisation lexicale et la rédaction épïcène promues par l'Office québécois de la langue française (voir encadré), les néologismes mis en avant dans le cadre de la rédaction non-binaire, en complément de la formulation neutre<sup>48</sup>, et les différents termes désignant la diversité de genre, certaines personnes interrogées dans le cadre de cette étude ont exprimé se sentir perdues. Elles ressentent le besoin d'une formation ou d'un dictionnaire pour savoir refléter et inclure la diversité qui les entoure.

En parallèle, certaines organisations du secteur musical canadien francophone expérimentent déjà de nouvelles façons plus inclusives d'écrire. En plus des différentes formes de rédaction susmentionnées, des répondantes et répondants ont donné l'exemple de directions générales d'organisations s'étant mises à écrire en accordant tout au genre féminin, remettant en question le choix souvent tenu pour acquis du masculin générique pour alléger le texte.

### 5.2.2 — Inciter les femmes à intégrer des postes de prise de décision

Les incitatifs à intégrer les femmes dans les postes de décisions sont parmi les recommandations les plus souvent données par les répondantes au questionnaire, par 42 % d'entre elles (n : 417) (voir **figure 31**).

La présence des femmes à ces postes exerce un impact concret sur l'ensemble des décisions qui sont prises dans le secteur musical canadien francophone, incluant les décisions concernant les programmations. Leur présence répond de plus à des préoccupations que les conseils d'administration (CA) et équipes dirigeantes composées à 100 % d'hommes n'ont pas nécessairement à l'esprit parce qu'elles font moins partie de leur réalité. Cette approche visant à diversifier les équipes qui prennent les décisions dans le secteur de la musique permettrait, selon Daguzan Bernier (2019), d'améliorer la « vision d'ensemble de ces organismes afin de s'assurer d'une sincère diversité ». Des répondantes soulignent que c'est « en diversifiant nos dirigeants que notre industrie fleurira », faisant référence à la diversité de genre, mais aussi à l'inclusion de personnes issues de minorités visibles. Les incitatifs proposés à cet égard prennent une diversité de formes.

48. Pour un aperçu de ces styles rédactionnels, on peut consulter l'article intitulé « Rédaction épïcène, formulation neutre, rédaction non-binaire et écriture inclusive » de l'Office québécois de la langue française (OQLF, 2018a).

## LA MISE EN VALEUR DES FEMMES DÉJÀ EN POSTES DE DÉCISION ET DE LEURS MOTIVATIONS

Des répondantes entrepreneures, hautes dirigeantes ou cadres supérieures parlent de l'importance de se valoriser entre femmes déjà en postes de décision, de mettre leur travail en valeur afin de montrer à de plus jeunes femmes qu'il est possible d'accéder à leur position. En référence à leur propension à l'humilité (voir sous-sections 4.1.3 et 4.3.5), elles se donnent le «devoir de parler, d'être vocales par rapport à nos succès et aux succès des autres femmes autour de nous». Elles s'invitent à se faire «rayonner mutuellement», que ce soit en relayant les succès des unes et des autres sur les réseaux sociaux ou en s'exprimant sur leurs consœurs dans les médias lorsqu'une d'entre elles dispose d'une tribune. Cette mise en valeur peut passer par les individus, mais peut aussi être l'objet d'initiatives plus collectives.

### Une initiative en matière de mise en valeur des femmes en postes de décision

Le magazine en ligne Paroles & Musique de la SOCAN lançait récemment une série d'articles intitulée décideurs/décideuses sur les personnes prenant les **décisions qui peuvent influencer le cours de la carrière des membres de la SOCAN**. Ces articles présentent «des entrevues avec certains de ces décideurs/décideuses afin de découvrir ce qui les fait courir», incluant des femmes.

Voir : <https://www.magazinesocan.ca/>

## DES ENCOURAGEMENTS ET INVITATIONS FORMULÉS DIRECTEMENT À DES FEMMES

Des répondantes suggèrent que des encouragements et invitations, notamment par les femmes déjà en postes de décision, soient formulés directement à des femmes afin qu'elles se joignent à des CA et des équipes dirigeantes. Elles s'invitent à se faire part des opportunités de siéger à des CA, de communiquer entre elles dès qu'elles voient qu'un siège s'ouvre, partant de l'idée que la présence de l'une d'entre elles sur ces tribunes peut porter la voix de plusieurs.

### Une initiative pour accroître la représentation des femmes dans les postes de prise de décision

Lors d'une table-ronde dans le cadre des rencontres DIG (Différences et inégalités de genre dans la musique au Québec) au printemps 2021, les organisatrices de Women in Music Canada ont dit entretenir bénévolement un répertoire de professionnelles, en fonction de leurs expertises, pour combler différents postes sur des conseils d'administration et des jurys, notamment. Elles expriment que leur initiative bénéficierait de coordination et de soutien. Voir : <https://www.womeninmusic.ca>

Certaines suggèrent de démarrer une plateforme de communication à cette fin, tandis que d'autres suggèrent de miser sur les canaux existants. Quelques répondantes citent à cet effet le groupe Facebook F\*EM en musique. Des répondantes vont jusqu'à suggérer de faire une «représentation plus organisée» des femmes dans leur accès à des sièges sur les conseils d'administration. Elles parlent d'une «forme de lobbying», selon laquelle un groupe de femmes serait chargé d'identifier quelques femmes disposées à se présenter à chacun des sièges qui s'ouvre sur des conseils d'administration et de présenter ce choix de femmes disposées et compétentes pour occuper ce siège. L'identification des femmes se fonderait sur un répertoire à construire, selon les expertises et disponibilités des femmes œuvrant dans le secteur musical canadien francophone, afin que le groupe chargé de cette mission sache rapidement qui contacter.

## L'OUVERTURE DES CA À LA POSSIBILITÉ QU'Y SIÈGENT DES EMPLOYÉES AUTRES QUE DES PERSONNES DIRIGEANTES OU PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISES

Des répondantes rappellent que les femmes sont nombreuses dans les rôles clés de soutien et d'organisation du secteur musical canadien francophone, comme directrices adjointes et coordonnatrices (voir sous-section 4.2.2). Si les conseils d'administration qui n'y sont pas déjà ouverts laissent davantage de place à des personnes employées autres que des personnes dirigeantes ou propriétaires d'entreprises, cela permettrait d'accueillir des personnes occupant ces rôles clés de soutien sur la base qu'elles disposent souvent d'une connaissance générale des activités de l'organisation. Les femmes pourraient alors devenir plus nombreuses sur les CA.

## QUOTAS OU CIBLES D'INCLUSION DES FEMMES SUR LES CONSEILS D'ADMINISTRATION (CA)

Enfin, certaines répondantes au questionnaire évoquent la possibilité que ces incitatifs prennent la forme de cibles d'inclusion, voire de quotas si nécessaires, comme il en sera question dans la prochaine sous-section.

### 5.2.3 — Soutenir et accélérer l'atteinte de l'équilibre

Pour soutenir et accélérer l'atteinte de l'équilibre entre les genres dans les domaines et postes où les femmes perçoivent que des opportunités leur sont inaccessibles, soit dans les tâches et responsabilités techniques, dans les postes de direction, dans les programmations musicales et dans d'autres postes de prise de décision (voir section 4.2), plusieurs répondantes parlent de l'importance de « créer le réflexe d'inclure ». En plus de la sensibilisation et de l'éducation (voir sous-section 5.2.1), la création de ce réflexe peut passer, selon les répondantes, par une diversité de solutions allant de la contemplation des chiffres aux quotas de représentativité, en passant par le financement réservé et les événements exclusivement féminins.

## CHIFFRER LE PORTRAIT DE LA REPRÉSENTATION DES FEMMES

Plusieurs répondantes soulignent avoir réussi à créer le réflexe d'inclure davantage de femmes dans les programmations, les conseils d'administration et les comités de travail, entre autres, en documentant continuellement la proportion de femmes présentes. Une répondante raconte avoir pris l'habitude de « contempler les chiffres », ce qui sème parfois « une forme d'inconfort », mais favorise toujours la prise de conscience : « Quand on l'écrit et que tu l'as dans le visage que tu as une femme sur 100, ou 3 femmes sur 100, c'est l'effet miroir. Quand tu le vois dans le miroir, tu n'as pas le choix d'en prendre un peu conscience ».

Elle parle de cette piste de solution comme d'une mesure « très simple », qui aide à prendre un pas de recul nécessaire pour mieux inclure à l'avenir : « Contempler mes chiffres, ça m'aide à voir, à mesurer les problèmes, à éclairer les décisions [...] Ça envoie un message et ça contribue à construire quelque chose ».

## LES QUOTAS DE REPRÉSENTATIVITÉ

Les quotas de représentativité ont été recommandés par 16 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**). Les quotas de représentativité sont recommandés dans une proportion plus importante (21 %) chez les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou**

**compositrice** (n : 169). Ils pourraient s'appliquer aux programmations des radios, des salles de spectacles, des festivals et des prestations musicales à la télévision, mais aussi aux conseils d'administration, ainsi qu'aux personnes qui s'expriment lors des panels et conférences ou qui donnent des ateliers de formation de l'industrie musicale. Certaines réponses mentionnent que ces quotas devraient viser la parité entre les hommes et les femmes, alors que d'autres suggèrent simplement une plus grande représentativité des femmes sans la chiffrer, ainsi qu'une plus grande représentativité de la diversité en général, incluant les « personnes trans, non-binaires et racisées ». Ces réponses présentent cette piste de solution comme une façon de normaliser la présence des femmes et de leur donner confiance en leur montrant toute l'étendue de leurs possibilités. Elles la présentent aussi comme une façon de donner à certaines femmes une première opportunité et, de là, une première occasion de prendre confiance en elles, comme l'exprime une répondante : « Je pense que les quotas sont nécessaires, parce que pour avoir confiance en toi, il faut que tu le fasses. Pour le faire, il faut que tu sois engagée pour avoir ces petites opportunités-là, donc il faut créer ce qui va forcer les opportunités ».

En groupes de discussion, des répondantes soutenant cette piste de solution reconnaissent l'inconfort qu'elle peut créer, certaines femmes exprimant une gêne à l'idée d'obtenir une opportunité « pour atteindre un quota ». Elles associent cet inconfort au phénomène du tokénisme<sup>49</sup>. Elles reconnaissent que « oui, au début, c'est un peu du tokénisme, mais éventuellement, le but c'est qu'on fasse partie du décor pour vrai, et qu'on fasse partie de la structure et pas juste de la surface », « pour qu'un jour, on n'ait plus à faire des quotas, parce que ça va être une chose acquise ».

Il faut cependant souligner le caractère mitigé de cette piste de solution. Au-delà des répondantes qui ne la suggèrent pas, quelques répondantes soulignent « qu'on n'est pas rendus là », que ça peut « renforcer l'idée que les femmes sont incapables dans certaines tâches », que « cette façon de faire diminue la "valeur" réelle d'un apport féminin ». Ces répondantes expriment que ça peut être fait simplement pour « se donner une bonne conscience de le faire » et que « personne ne veut être pris parce qu'il ou elle est la représentation d'un quota, homme ou femme ». Ces répondantes en appellent à miser davantage sur le développement des compétences et sur le dialogue.

## Un exemple d'alternative ou de mesure préalable aux quotas : les cibles d'inclusion

(Une initiative rapportée par Duopoly [2017] pour la Canadian Media Producers Association)

Dans le domaine du cinéma, la Suède a annoncé en 2014 un objectif en matière de parité de genre visant les réalisatrices de longs métrages ayant obtenu un financement public : « Sous la direction d'Anna Serner, directrice générale de l'Institut du Film suédois, on devait viser une cible précise, et non un quota. En 2016, l'objectif de la parité à parts égales a été dépassé [...]. L'Institut a préféré l'utilisation d'une cible avec une étroite supervision à l'imposition d'un quota puisque le terme quota semblait avoir une connotation négative. Le personnel a été sensibilisé au principe de préjugé inconscient qui, d'après Mme Serner, concernait autant les femmes que les hommes : "Les hommes ne sont qu'un élément de l'équation. Les femmes craignent parfois d'être stigmatisées et se taisent." On a également demandé au personnel de revoir les statistiques à toutes les étapes et pour chaque décision, et de rechercher plus activement des réalisatrices talentueuses. Cependant, M<sup>me</sup> Serner a affirmé que, si la moyenne ne s'améliorait pas, elle imposerait des quotas. "Cette menace était très éloquente", a-t-elle ajouté » (Duopoly, 2017, p. 9).

49. Le tokénisme fait référence à une pratique consistant à fournir un effort seulement symbolique d'inclure des personnes d'un groupe minoritaire ou marginalisé dans le but de donner l'apparence de l'inclusion et de l'équité. Définition adaptée du dictionnaire Merriam Webster.

## LE FINANCEMENT RÉSERVÉ

Dans l'idée d'établir des quotas ou des cibles de représentativité, 12 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**) suggèrent d'établir des cibles d'attribution ou de réserver des financements à des femmes ou à des projets portés par une ou des femmes. Selon les recommandations formulées, cela pourrait passer :

Par un système de pointage selon le nombre de femmes dirigeant l'entreprise ou participant au projet pour lequel le financement est demandé, qui pourrait mener à l'attribution de montants supplémentaires ;

Par des programmes de financement réservés aux femmes et personnes de la diversité de genre, notamment dans les métiers ou les styles musicaux où les femmes sont traditionnellement moins représentées ;

Par des cibles d'attribution de bourses et subventions selon les genres représentés à la tête ou dans la composition des équipes des projets allant, selon certaines recommandations, jusqu'à la parité.

## LES ÉVÈNEMENTS METTANT EXCLUSIVEMENT LES FEMMES EN SCÈNE

Dans ce même esprit, 3 % des répondantes à cette question du questionnaire (voir **figure 31**) recommandent de créer des espaces mettant exclusivement les femmes en scène, afin de leur donner de la visibilité. Selon les recommandations formulées, ces espaces pourraient prendre la forme :

De vitrines réservées aux artistes femmes et non-binaires au sein des rencontres des réseaux existants, comme le ROSEQ, Contact ontariois, FrancoFête en Acadie, RIDEAU et Contact Ouest, pour ne nommer que ceux-là ;

De festivals entièrement féminins.

Les répondantes soulignent l'importance que l'accès à ces espaces soit ouvert à tous afin que tout le monde puisse assister aux prestations des femmes et personnes non-binaires. Comme l'exprime une répondante : « De cette manière, on donne une place aux artistes féminines de se faire valoir devant le grand public et d'être reconnues, non seulement par leurs consœurs, mais par le plus grand nombre ». Une autre parle de l'intérêt de tels événements pour offrir des modèles aux générations futures et créer des précédents. Elle explique : « C'est là que, si tu es une petite fille ou un petit garçon dans la salle, tu vois enfin des modèles, qui ne sont plus des cas isolés, et ça prouve aux autres festivals qu'il y en a des femmes à programmer dans les festivals, que ça existe ! ».

## Des exemples d'évènements mettant exclusivement des femmes en scène

Des festivals à programmation 100 % féminine ont eu lieu aux États-Unis (Yola Fest, juin 2019) et en France (Les femmes s'en mêlent, depuis 1997; Festival 52, octobre 2018) en vue de valoriser le travail des femmes tout en leur donnant des occasions de réseautage. Une édition de Les femmes s'en mêlent a même eu lieu à Montréal le 23 mars 2019 au Club Soda. Certaines représentantes de ces festivals soutiennent que ces programmations se veulent davantage une mesure de transition visant à envoyer un message qu'une fin en soi et qu'à terme, la programmation des festivals ne devrait plus avoir à être genrée (Benabs, 2019).

### 5.2.4 — Soutenir la conciliation travail-vie personnelle

L'accompagnement des femmes artistes-interprètes, mères d'un jeune enfant, dans le développement de leur carrière a notamment inspiré la Fondation Musicaction à entreprendre la présente étude. À la lumière des résultats de cette étude, le besoin d'accompagnement auquel répondait Musicaction s'insère dans un besoin plus grand de soutenir la conciliation entre le travail et la vie personnelle. Les mesures de soutien à cette conciliation couvrent donc les mesures de soutien aux parents œuvrant dans le secteur musical canadien francophone, de même que les mesures visant, pour toutes les personnes, qu'elles aient ou non des enfants, l'apprentissage et la facilitation d'une saine séparation entre le travail et la vie personnelle.

## LES MESURES DE SOUTIEN AUX PARENTS

Des mesures de soutien à la conciliation travail-famille ont été suggérées par 5 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**). Pourtant, l'influence de la carrière sur la décision de devenir mère, la proportion importante de femmes qui renoncent à la possibilité de devenir mère et les difficultés rencontrées par celles qui le deviennent sont le signe de l'importance à accorder aux mesures de soutien à la conciliation travail-famille (voir sous-sections 4.3.1 et 4.3.2). Lors des groupes de discussion où ces défis et les solutions à envisager pour y faire face ont été plus largement discutés, il est d'abord ressorti que ces mesures de soutien devraient s'adresser non seulement aux mères, mais aux parents en général. Par exemple, le soutien aux deux parents peut alléger les difficultés rencontrées par les femmes dans les cas de couples où les deux personnes œuvrent dans l'industrie musicale.

Les répondantes sont nombreuses à reconnaître la mesure mise en place par Musicaction rendant admissibles les dépenses relatives à un accompagnateur ou une accompagnatrice entièrement dédiée aux soins d'un enfant de 0 à 6 ans lors d'un déplacement. Comme le dit l'une d'elles, c'est ce « qui fait que tu peux aller en tournée, parce que quand on arrive à peine dans nos coûts, c'est impensable d'amener une nounou, alors d'avoir de l'aide pour le faire, ça change vraiment la donne pour les familles ! » Une autre répondante exprime que de voir une musicienne de son groupe amener la gardienne de son enfant en tournée lui a montré que « C'EST possible d'avoir les deux : carrière et famille », alors qu'elle reportait le projet de devenir mère. Certaines répondantes suggèrent que cette mesure de Musicaction soit élargie au-delà de 0 à 6 ans et plusieurs relèvent d'autres pistes de solution pour aider davantage les jeunes familles dans lesquelles un ou deux parents œuvrent dans l'industrie musicale canadienne francophone, soit :

Rendre admissibles d'autres frais liés aux enfants dans les demandes de financement pour des projets où un ou les deux parents doivent s'absenter du foyer familial afin de pallier l'absence du ou des parents. Par exemple, ce pourrait être des frais de garde à la maison ou une aide financière au parent qui reste seul à la maison pour s'occuper de l'enfant ou des enfants pendant que le parent artiste est en tournée;

Offrir des services de garde (de type « haltes-garderies ») dans les lieux de répétition et les salles de spectacles, pour accommoder les parents qui doivent travailler à des horaires distincts des horaires de services de garde conventionnels, soit les soirs et les fins de semaine;

Sensibiliser les tourneurs et les diffuseurs aux déplacements trop rapprochés entre les spectacles et au temps dont peut avoir besoin, par exemple, une mère qui allaite entre le test de son et le spectacle ou pendant l'entracte pour nourrir son enfant;

Développer un réseau de salles « amies des familles », qui offriraient des ressources aux parents faisant de la tournée avec des enfants, notamment quelques gardiennes attirées et un lieu adéquat pour accueillir les enfants, leur permettre de jouer, de prendre leurs repas et de dormir.

Au sujet de cette dernière mesure, une répondante explique qu'elle n'aurait pas toujours besoin d'être accompagnée d'une personne pour prendre soin de son enfant à temps plein pendant ses tournées, mais simplement de pouvoir confier son enfant à quelqu'un « qui prend la relève pendant la durée du spectacle ou du test de son ».

Les pistes de solution précédemment citées touchent surtout les répétitions et les tournées de spectacle. Plusieurs répondantes soutiennent aussi l'importance que les activités de réseautage soient conciliables avec la vie de famille. Elles donnent l'exemple des camps d'écriture et autres résidences souvent inconciliables avec les contraintes familiales, parce qu'ils requièrent des personnes y participant qu'elles s'éloignent de la maison plusieurs jours, et suggèrent que ces camps bénéfiques aux rencontres de création soient aussi offerts sous d'autres formats.

## LES MESURES DE SOUTIEN À UNE DIVERSITÉ DE MODES DE VIE

D'autres pistes de solution visent la reconnaissance d'une diversité de modes de vie et de façon d'évoluer professionnellement dans le secteur musical. Elles répondent à la difficulté exprimée par les répondantes à « tracer une ligne » entre le travail et la vie personnelle, à résister au sentiment de n'en avoir jamais fait assez, à déléguer et à décrocher, pour ainsi éviter l'épuisement professionnel, comme en ont parlé plusieurs entrepreneures et plusieurs mères (voir section 4.3). Ces pistes de solution vont de mesures reposant sur la volonté des individus, comme de s'encourager à décrocher pour des vacances ou après les heures du bureau et de se relayer entre entrepreneures lorsqu'elles veulent prendre des vacances, jusqu'à des mesures plus structurelles, comme l'établissement de balises en matière de gestion des ressources humaines. Elles soulignent aussi l'importance d'activités de réseautage conciliables avec la vie personnelle.

**Valoriser le repos** – Des répondantes, notamment des entrepreneures, hautes dirigeantes ou cadres supérieures, racontent avoir réussi à un moment de leur carrière à établir des limites pour éviter que le travail ne les envahisse jour et nuit. Elles s'invitent à partager leur expérience avec les jeunes qui arrivent dans l'industrie musicale et qui cherchent à faire leurs preuves, afin de les sensibiliser à l'importance de savoir prendre du repos pour s'assurer de la durabilité de leur carrière. L'une d'elles explique : « Je pense que c'est de passer l'information, de manière

un peu informelle, que quand on débute, on est là, on veut prouver qu'on est capables, mais il ne faut pas se brûler trop non plus. Essayer juste de passer l'information, dès qu'on voit quelqu'un qui part peut-être sur la mauvaise voie, qui répond à des courriels, à 21 h, 22 h le soir... « Attention! C'est juste ça! Moi je l'ai appris en 10 ans ». Un répondant ajoute qu'il prévient ses employés de ne pas trop en faire : « Non, non. Tu ne feras pas d'heures supplémentaires, tu vas tomber. Tu ne le sais pas encore, parce que tu as 20-25 ans, mais autrement, tu vas tomber. Et ça, on n'en veut pas, on veut des gens qui durent et qui restent longtemps avec nous ».

Les répondantes s'invitent également, entre elles, à célébrer leur capacité à prendre des vacances, à accepter et valoriser le fait qu'elles aient parfois autre chose à faire que de travailler, à « s'encourager chacune et applaudir les vacances des autres, même sur les réseaux sociaux justement! » Elles estiment ainsi que l'ensemble des femmes se sentira plus légitime de décrocher pour se reposer périodiquement afin d'éviter l'épuisement.

**Se relayer et s'entraider pour prendre des congés** — Certaines répondantes entrepreneures, à la tête de petites entreprises où elles ont peu, voire pas d'employés, et où elles ont toutes les responsabilités, suggèrent de s'entraider pour arriver à prendre des vacances. Par exemple, elles proposent de s'entendre avec une autre entrepreneure pour se relayer la responsabilité de leur entreprise le temps de partir en vacances. Ainsi, pendant deux semaines, une entrepreneure devient responsable de l'entreprise d'une autre entrepreneure qu'elle connaît suffisamment pour pouvoir gérer sommairement quelques urgences et permettre à celle partie en vacances d'avoir l'esprit tranquille et de décrocher complètement. Cette dernière rend ensuite la pareille à celle qui a veillé sur son entreprise, dans un échange de services qui bénéficie aux deux. Une répondante raconte que cette méthode lui assure « des vraies vacances » et fait « une vraie différence pour la productivité au retour ».

Les répondantes ayant discuté de cette mesure soulignent l'importance, pour la mettre en œuvre, de se connaître, d'être en contact, plutôt que de rester isolées car, comme elles le soulignent, « on n'est pas toutes seules, c'est juste qu'on n'est pas en contact. Si on établit ces liens-là et qu'on crée une toile d'araignée féminine dans l'industrie, on ne va pas se retrouver avec 175 chapeaux, on va juste se le passer. Ça pourrait faire du bien, ça enlèverait de la pression! »

**Véhiculer des balises en matière de gestion des ressources humaines** — Ces deux premières pistes de solution reposent sur la volonté des individus et leur capacité à établir des relations d'entraide. Or, certaines répondantes soulignent que pour faciliter la conciliation entre le travail et la vie personnelle, la création et la promotion de balises en matière de gestion des ressources humaines pourraient se substituer à la responsabilité individuelle. Par exemple, de telles balises viseraient une meilleure gestion des priorités et des urgences et une meilleure gestion du temps. Elles soutiendraient les personnes qui aspirent à une meilleure conciliation, pour que « celles qui veulent tracer la ligne se sentent légitimes de le faire, et ce, non seulement à un certain moment de leur carrière, mais même lorsqu'elles sont plus jeunes et sentent le besoin de faire leurs preuves; pour qu'elles se sentent légitimes de tracer la ligne, de ne pas prendre leurs courriels le soir et la fin de semaine, par exemple ».

## Des initiatives en matière de gestion des ressources humaines

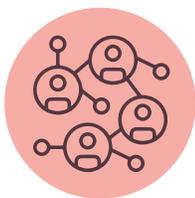
Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel du Canada, qui réunit des représentants de toutes les disciplines culturelles et de l'industrie afin de discuter de **formation**, de **développement de carrière** et de **ressources humaines**, offre déjà des outils pour la gestion des ressources humaines. Voir : <https://culturalhrc.ca/fr/la-gestion/outils-pour-la-gestion-des-RH>

Le parcours C3, un programme complet d'accompagnement destiné spécifiquement aux entrepreneurs et dirigeants d'entreprises de deux employés et plus des secteurs culturels et créatifs sur le territoire de la Ville de Montréal, offre de la formation et des séances de coaching. Parmi les sujets abordés, mentionnons les meilleures pratiques RH, la gestion du temps, du stress et des priorités, qui pourraient inspirer l'établissement de telles balises en matière de gestion des ressources humaines. Voir : <https://www.parcours3.com/le-parcours/>

**Intégrer des activités de réseautage favorisant la conciliation travail-vie personnelle** — Plusieurs répondantes et répondants évoquent l'importance du réseautage pour tisser des relations professionnelles, incluant des relations d'entraide. Ce thème sera approfondi dans la prochaine section, mais doit être évoqué en lien avec la nécessité que davantage d'activités de réseautage conciliables avec la vie personnelle s'intègrent à la culture professionnelle de l'industrie musicale canadienne francophone. Plusieurs répondantes déplorent le fait que « beaucoup du réseautage a lieu dans des contextes d'*after party*, où parfois tu as l'occasion de croiser quelqu'un après un spectacle et de faire du *business* ».

Des répondantes se sentent exclues de ces possibilités, notamment lorsqu'elles ont une vie de famille, et s'invitent à imaginer des « opportunités de réseauter autrement ». Elles suggèrent que le réseautage se tienne davantage pendant les heures de bureau, des heures plus « *family-friendly* » comme elles le disent; que le traditionnel 5 à 7 soit remplacé par des « brunchs » ou des « 3 à 5 ». Elles citent à titre d'exemples les événements de réseautage de jour de Women in Music Canada. Ce type d'événements répond non seulement aux besoins des personnes dont l'horaire est régi par les contraintes de l'école et des services de garde des enfants, mais aussi plus généralement au besoin d'entretenir un mode de vie plus sain, selon certaines répondantes.

### 5.3 — Réseautage, entraide et socialisation



Un autre ensemble de pistes de solution formulées lors de cette étude se concentre sur le réseautage susceptible de mener aux collaborations professionnelles, ainsi qu'à l'entraide et à la solidarité entre les femmes du secteur musical canadien francophone. C'est souvent à l'occasion de collaborations professionnelles que les femmes apprennent à mieux se connaître et à prendre connaissance de leurs forces et leurs faiblesses, ce qui peut donner

lieu à de l'entraide et du soutien, ainsi qu'à de la solidarité dans l'accès à des postes de prise de décision, comme des sièges à des conseils d'administration. Dans une question ouverte du questionnaire demandant aux répondantes les facteurs ayant le plus positivement influencé l'avancement de leur carrière (n : 504) (voir **figure 32**), elles citent en plus grande proportion leur réseau de contacts (36 %), leur entourage professionnel (30 %) et le soutien des pairs (29 %). Elles mentionnent également en proportion de 10 % la **solidarité féminine** qui consiste, selon leurs réponses, à s'inviter à saisir des opportunités, à se donner des conseils et de la reconnaissance ainsi qu'à s'encourager entre femmes. Selon les répondantes rencontrées en groupes de discussion,

ces facteurs influençant positivement la carrière relèvent en grande partie des opportunités de réseautage qui s'offrent aux femmes. Elles estiment que ces facteurs seraient bonifiés par une diversification de ces opportunités de réseautage.

### Un exemple de réseautage entre femmes réalisatrices musicales

Le **Réseau mondial pour productrices musicales**, dont fait partie au Canada le Centre national des arts, est une initiative pour appuyer les réalisatrices de l'industrie musicale et corriger le manque de parité dans le milieu. Résultat d'un partenariat avec Sounds Australia, Music Estonia, MTA Productions (Suède) et l'agente de liaison avec les productrices Belen Fasulis (Argentine), le réseau a pour but de permettre de surmonter les barrières de l'industrie, de développer un réseau et un système de soutien international, et d'offrir des occasions de collaboration. L'initiative servira aussi de ressource pour les artistes ou maisons de disque qui cherchent à travailler avec des productrices.

Voir : <https://nac-cna.ca/fr/international-producers-program>

#### 5.3.1 — Diversifier les opportunités de réseautage

Les opportunités de réseautage ont été recommandées par 36 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**). Elles ont été recommandées dans une proportion plus importante par les répondantes qui ont moins d'un an (n : 15) (67 %) ou 1 à 2 ans d'expérience (n : 31) (55 %) et chez celles qui ont 18-24 ans (n : 29) (59 %). Les pistes de solution formulées à cet égard déclinent ces opportunités de réseautage en plusieurs formats qui ne s'excluent pas nécessairement. Elles peuvent constituer des événements ponctuels ou se tenir au sein d'événements existants ou même d'événements à mettre sur pied. Une répondante suggère par exemple que la diversification des opportunités de réseautage prenne notamment place dans un « forum annuel ou biennal des femmes en musique, qui compterait des opportunités de réseautage, des discussions, des conférences [...] sous l'ombrelle d'un regroupement qui viendrait renforcer la crédibilité du discours ». Cela contrasterait avec des initiatives de réseautage mises sur pied bénévolement et qui ne bénéficient souvent pas de la crédibilité et de la constance dont pourrait bénéficier un événement récurrent soutenu par du financement public. Dans tous les cas, elles soulignent l'importance que ces opportunités ne relèvent pas d'initiatives individuelles, mais soient portées par des organisations à vocation collective. Comme pour le mentorat, les avis divergent quant au caractère genré de ces opportunités de réseautage.

### DU RÉSEAUTAGE ENTRE FEMMES

Plusieurs femmes sentent qu'elles prennent davantage confiance en elles quand elles se trouvent dans un entourage composé exclusivement de femmes. Une répondante souligne qu'il peut être « intimidant de réseauter efficacement lorsqu'on ne se sent pas dans un *safe space* ». Elles parlent des bénéfices de la « socialisation entre femmes, qui justement n'existe pas beaucoup dans l'industrie de la musique parce qu'on est vouées aux mêmes rôles », d'un sentiment d'« isolement », qui peut mener à une perte de confiance et qui pourrait être pallié par une telle socialisation. Elles soulignent de là l'importance de créer des initiatives pour stimuler cette socialisation entre femmes. Ces rencontres entre femmes et, comme certaines le suggèrent, personnes non-binaires et issues de la communauté LGBTQ2+, permettraient d'échanger sur leurs expériences, de savoir « comment ça se passe

réellement». Elles soulignent que des événements réservés aux femmes auraient plus de chances de tenir compte de leur réalité, notamment en lien avec la maternité et la difficulté à s'éloigner du foyer familial pour participer à des activités de réseautage.

### DU RÉSEAUTAGE MIXTE AXÉ SUR LES QUESTIONS D'INCLUSION

À l'inverse, d'autres femmes soulignent les écueils de «séparer les femmes dans le réseautage» et invitent plutôt à rendre les échanges plus accessibles entre «les gens qui sont déjà en place et les femmes qui s'ajoutent». Elles proposent de penser à des opportunités de réseautage pour alimenter le dialogue entre les genres afin «de discuter de la situation pour trouver tous ensemble des moyens de faire évoluer le milieu». Elles suggèrent ainsi que des opportunités de réseautage mixtes s'ajoutent aux activités déjà en place dans l'industrie musicale canadienne francophone, mais en invitant les personnes qui y participent à se pencher précisément sur les questions d'inclusion des femmes.

### DU RÉSEAUTAGE INTERSECTORIEL

Quelques répondantes proposent aussi de créer des opportunités de réseautage permettant d'ouvrir l'industrie musicale «à d'autres sphères d'activités», soit d'autres secteurs culturels ou des secteurs hors de la culture, autour de certains défis prédéterminés. Une répondante en ayant fait l'expérience exprime que cela permet d'amener «d'autres façons de voir les choses, d'autres styles de gestion, d'autres propositions à propos de problématiques que tout le monde vit». Ce type de réseautage intersectoriel pourrait donc être mis au service de la discussion à l'égard des défis d'inclusion recensés dans ce rapport, notamment sur la base d'études et d'initiatives mettant au jour des défis similaires dans le milieu du théâtre (voir, p. ex., le chantier féministe de l'Espace Go [2021]) et dans les secteurs du cinéma et de la télévision (voir, p. ex. Duopoly [2017] et Réalisatrices équitables ci-après).

### Un exemple de réseautage mixte axé sur les questions d'inclusion

Dans le secteur du théâtre, l'Espace GO, un théâtre «résolument féministe depuis sa fondation en 1979» a organisé au printemps 2019 un premier Chantier féministe portant sur la place des femmes en théâtre.

Pendant une semaine, des rencontres, dîners-causeries et tables rondes ont réuni une soixantaine de personnes, sans égard au genre, afin de réfléchir à des pistes de solutions pour promouvoir la parité et l'inclusion des femmes en théâtre. Des répondantes à notre étude citent un tel événement comme une formule de réseautage qui pourrait être répliquée annuellement dans le secteur musical canadien francophone.

Voir : <https://espacego.com/actions-feministes/>

## Un exemple de réseautage intersectoriel

### Le REFRAIN

Créé en avril 2020, en pleine pandémie de COVID-19, le «Regroupement des festivals régionaux artistiques indépendants (REFRAIN) a pour mission de «rassembler et de valoriser les festivals et événements culturels indépendants et de les placer en tant qu'acteurs incontournables du développement économique, touristique et culturel québécois». Ses membres représentent toutes les régions administratives du Québec et se trouvent dans les domaines de la musique, des arts visuels, de l'humour, de la littérature et des arts de la rue. Ils et elles peuvent ainsi échanger de problématiques propres aux festivals dans cette perspective intersectorielle.

Voir : <https://lerefrain.org>

### DU RÉSEAUTAGE PANCANADIEN ET INTERNATIONAL ENTRE FEMMES EN MUSIQUE

Des répondantes ayant fait de la tournée ou simplement voyagé dans le cadre de leurs fonctions dans l'industrie musicale de différents pays sont à même de prendre conscience de défis semblables, ainsi que de solutions différentes à ces défis. Elles vantent les bienfaits d'initiatives qui regroupent des femmes en musique de différents pays pour échanger des vécus et des pratiques permettant de favoriser leur inclusion, comme en offrent déjà Shesaid.so, Keychange et Women in music. Lors de groupes de discussion pancanadiens ayant eu lieu dans le cadre de cette étude, les répondantes ont aussi souligné les bénéfices d'échanger entre femmes œuvrant dans le secteur musical du Québec et des différentes communautés francophones en situation minoritaire du Canada. Elles invitent à bonifier ces opportunités de se rencontrer entre femmes en musique de l'ensemble du Canada et de différents pays.

### DU RÉSEAUTAGE INTERGÉNÉRATIONNEL

Enfin, des répondantes ont suggéré de stimuler le réseautage entre les générations de femmes en musique. Elles y voient des bénéfices pour que les plus âgées puissent transmettre leur expérience aux plus jeunes et pour qu'elles puissent leur offrir des modèles de longévité de carrière. Elles parlent de «créer des possibilités», en montrant ainsi aux plus jeunes «que ça existe», qu'il est possible d'envisager leur vieillissement dans l'industrie musicale canadienne francophone. Elles voient aussi dans du réseautage intergénérationnel une façon de créer une continuité dans le milieu, entre les initiatives et les défis des femmes de toutes générations.

#### 5.3.2 — Cartographier les femmes dans tous les métiers de l'industrie musicale canadienne francophone

Pour soutenir les collaborations professionnelles, le réseautage, l'entraide et la solidarité entre les femmes de l'industrie musicale canadienne francophone, 22 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**) soutiennent la création d'un répertoire de femmes œuvrant dans l'industrie. Elles soulignent qu'il est essentiel de savoir «ce qu'elles font, où elles sont» pour solliciter leur participation à des conseils d'administration, des

comités de travail et des jurys; pour des panels, des conférences, des ateliers de formation de l'industrie; pour des spectacles, des projets ou ateliers d'écriture. Elles ajoutent que toutes les personnes de l'industrie, incluant les femmes, ont «trop souvent tendance à travailler avec les mêmes personnes» et soutiennent qu'un tel répertoire serait bénéfique pour diversifier les réflexes de toutes et tous et ainsi inclure davantage de femmes dans chaque projet.

Quelques répondantes mentionnent les initiatives déjà mises sur pied pour construire de tels répertoires (voir encadré) et formulent des pistes de solution allant dans le sens de la coordination de ces initiatives, afin de favoriser la synchronisation, l'entretien et la bonification de ces répertoires, ainsi que leur visibilité et leur accessibilité. Elles remarquent de plus que des appels plus spontanés de femmes et d'hommes œuvrant dans l'industrie à diversifier leur bassin de collaborateurs et collaboratrices en y intégrant des femmes passent souvent par des groupes ou des publications sur le réseau social Facebook. Or, l'information qui sort de ces appels se perd trop souvent et l'industrie entière gagnerait à ce que cette information soit rassemblée, rendue plus visible et régulièrement mise à jour.

Un tel répertoire permettrait non seulement aux femmes, mais à toutes les personnes œuvrant dans le secteur musical canadien francophone de savoir ce que font les femmes et à quels besoins elles peuvent répondre. Il serait même susceptible de participer à un changement de culture, en véhiculant de l'information au sujet de la diversité des métiers occupés par les femmes. Il devrait pour cela inclure tous les métiers du secteur musical.

Des répondantes suggèrent que ce répertoire ne se limite pas à un bottin, mais qu'il serve également de plateforme de mise en relation en fonction des rôles et métiers de chacune. Ce répertoire pourrait suivre le modèle, comme le suggère l'une d'elles, de la plateforme Soundbetter (s.d.), qui se définit comme un «*curated marketplace of the world's top music production talent*», mais pour les femmes œuvrant dans tous les corps de métier de l'industrie.

## Des initiatives en matière de répertoires de femmes en musique

Depuis plusieurs années, les personnes responsables du groupe privé **Facebook F\*EM — groupe de discussion** (Femmes\* en musique) entretiennent un Répertoire d'artistes, de musiciennes et de professionnelles F\*EM. Ce répertoire a pour but «de voir davantage d'artistes F\*EM se produire dans les festivals au Québec et d'encourager une présence accrue de musiciennes, techniciennes et travailleuses de l'industrie musicale» (tiré de la page Facebook F\*EM). Le répertoire n'est cependant accessible qu'à partir de la page Facebook du groupe privé.

Au Canada, l'OBNL **Secret Frequency** (auparavant connu sous le nom «Canadian Women Working in Music») répertorie les groupes et artistes femmes cis, femmes trans, hommes trans et non-binaires. Il est dédié à accroître la représentation des personnes sous-représentées dans l'industrie musicale canadienne, notamment les femmes, les personnes trans et non-binaires, les personnes racisées et autochtones. Voir : <http://www.secretfrequency.ca/about/>



## 5.4 — Reconnaissance et valorisation

La reconnaissance et la valorisation ont pour objectifs d'accueillir, de faire rayonner et de normaliser la présence des femmes dans tous les métiers du secteur musical canadien francophone. Cela passe par la reconnaissance de la valeur apportée par leurs façons de faire et par la stimulation du réflexe de penser à des femmes pour tous les rôles à occuper dans ce secteur. Cela peut avoir pour effet de donner confiance aux femmes, en offrant des modèles aux jeunes filles, afin qu'elles puissent envisager une carrière dans l'industrie musicale, ainsi qu'aux femmes y œuvrant déjà, afin qu'elles s'y sentent moins isolées, qu'elles puissent s'y épanouir et envisager d'y vieillir. Ce sont 12 % des répondantes au questionnaire (n : 417) (voir **figure 31**) qui formulent des recommandations autour de la valorisation des modèles féminins et non-binaires. Leurs réponses vont dans le sens d'une plus grande mise en lumière des femmes en musique et d'une diversification des modèles de femmes qui sont mis en valeur. Elles souhaitent déconstruire l'association souvent faite entre la femme artiste et le rôle d'interprète ainsi qu'élargir le spectre de l'attention sur un plus grand nombre de modèles féminins, mais aussi de modèles d'entreprises, de façons de diriger et d'exercer du leadership.

### 5.4.1 — Mettre en valeur les femmes et reconnaître leurs façons de faire

Les répondantes réclament de voir davantage de « musiciennes à la télévision », « d'équipes techniques composées de femmes », « d'artistes féminines dans les festivals », « de femmes dans les équipes dirigeantes », « dans les CA », « lors de conférences et d'événements ». Elles soulignent que des femmes occupent déjà ces rôles, mais que « c'est important qu'on les voie et qu'on les mette en lumière pour qu'elles deviennent des modèles pour celles à venir! [...] On a besoin de les voir pour que ça rayonne et que ça change la mentalité aussi ». Par rapport aux opportunités qui semblent inaccessibles à certaines femmes (voir section 4.2), comme les sièges sur les conseils d'administration et les postes de direction, une répondante affirme que « plus on en verra et moins on se dira que c'est inaccessible ». Une autre ajoute, au sujet de femmes jouant de la batterie dans les *housebands* des émissions de télévision : « Plus on en voit, plus ça devient accessible, plus ça donne confiance aux filles de pouvoir le faire ». Mettre ces femmes en lumière constitue un premier pas pour favoriser la reconnaissance de la valeur qu'elles apportent au secteur musical canadien francophone, par la vision et les valeurs qu'elles incarnent au moyen de leurs pratiques et de leurs façons de faire dans toutes les activités de ce secteur.

**Métiers techniques** : En plus des initiatives pour former les femmes et leur donner confiance dans les métiers techniques (voir sous-section 5.2.1), il importe selon les répondantes de mettre en lumière les femmes occupant déjà des tâches et métiers techniques, leurs façons de travailler et leurs réalisations, afin de susciter le réflexe de penser à elles pour leur confier de telles tâches.

**Exercer du leadership et diriger** : En plus d'inciter les femmes à intégrer des postes de prise de décision (voir sous-section 5.2.2), les répondantes appellent à reconnaître et valoriser la diversité de leurs façons d'exercer du leadership, incluant des activités informelles et bénévoles (voir sous-section 4.1.2) ainsi que la diversité de leurs façons d'être dans les postes de direction (voir sous-section 4.1.4).

**Créer et interpréter** : Pour accroître la représentation et la visibilité des femmes artistes (voir sous-section 5.2.3), les répondantes invitent à mettre en valeur la présence des femmes dans toutes les activités artistiques, incluant l'écriture, la composition et la réalisation.

**Entreprendre et gérer sa carrière** : Les répondantes sont aussi particulièrement nombreuses à réclamer que l'on reconnaisse la valeur des façons qu'ont les femmes d'entreprendre et de gérer leur carrière. Elles invitent à valoriser autant les personnes, soit les femmes entrepreneures, que la diversité des modèles et cultures d'entreprise qu'elles apportent, parce qu'« il y a plusieurs façons d'être en entreprise », « plusieurs manières de travailler ». Au-delà de la taille et des priorités des entreprises de plusieurs femmes qui, estiment-elles, les distinguent des entreprises de leurs pairs masculins (voir sous-section 4.1.3), elles soulignent que l'on retrouve parmi les entreprises des femmes dans le secteur musical canadien francophone davantage d'entrepreneuriat collectif, d'associations entre entreprises et entre travailleuses, d'organismes à but non lucratif et de modèles favorisant l'autonomie des artistes.

Elles avancent qu'on gagnerait à mettre en lumière les bénéfices qu'apportent ces modèles d'entreprises à l'ensemble du secteur musical, sur le plan de la collaboration entre entreprises et de l'accompagnement des artistes, entre autres. Elles invitent ainsi à valoriser non seulement « les individus, dans leurs capacités, mais aussi les modèles d'entreprises portées par des femmes [...] leurs structures, qui correspondent plus aux femmes qu'aux structures traditionnelles actuelles », afin que leurs entreprises soient mieux reconnues et accèdent plus facilement à une diversité de sources de financement, notamment.

Des artistes autoproduites soulignent également l'intérêt de valoriser la dimension entrepreneuriale de leurs activités. Par exemple, elles suggèrent de se montrer sur les réseaux sociaux dans leur réalité d'autoproductrices plutôt que de simplement rendre visibles leurs activités comme artistes interprètes, quand c'est le cas. Une artiste autoproduite raconte qu'après avoir davantage mis en valeur cet aspect de son travail sur les réseaux sociaux, elle a pu conseiller d'autres artistes afin de les aider à déterminer si la voie de l'autoproduction leur convenait. Une telle mise en valeur permet de montrer aux femmes qu'elles ont différentes options et que le modèle de l'autoproduction en est une.

**Vieillir** : En réponse à la difficulté de se projeter dans l'avenir, des répondantes suggèrent qu'il serait bénéfique de mettre en valeur des « modèles matures, de femmes qui ont des carrières florissantes en musique parce qu'en vieillissant, il n'y en a pas beaucoup ». Elles observent que certaines femmes « s'autoretirent », cessent de se mettre en valeur à partir d'un certain âge. Certaines répondantes se donnent pour devoir d'agir sur les modèles de femmes en musique, et ce, dans tous les métiers, en faisant de la place à ces modèles pour s'assurer des carrières durables et pour inspirer les plus jeunes « à voir grand, même quand on n'a plus 21 ans », « à continuer à repousser les barrières ».



## DES MOYENS DE RECONNAÎTRE ET VALORISER LES FAÇONS DE FAIRE DES FEMMES

La mise en valeur de ces différents modèles de femmes, en vue de favoriser la reconnaissance de la valeur qu'elles apportent au secteur, pourrait prendre la forme, selon les suggestions formulées :

De « portraits de femmes » qui se sont taillées une place dans ces différents rôles et métiers de l'industrie musicale. Ces portraits pourraient être des entrevues avec des femmes de toutes les professions dans l'industrie musicale diffusées en baladodiffusions, notamment.

De mots-clics (hashtags) permettant de mettre en évidence sur les réseaux sociaux des initiatives et succès de femmes en musique, en incluant les réseaux sociaux où se trouvent principalement les jeunes (TikTok, Snapchat, etc.).

Les répondantes suggèrent aussi que cette valorisation se passe dès l'école, en complément de la sensibilisation à la culture du sexisme, en offrant par exemple aux enseignantes et enseignants en littérature musicale du matériel pédagogique leur donnant les moyens de « présenter une femme compositrice pour chaque homme qui représente un courant musical ». Elles invitent ce faisant à refléter la diversité en général dans la musique, en parlant très tôt dans l'éducation musicale de musiques métissées, ainsi que des vécus des musiciennes et musiciens qui portent ces musiques.

Ces différentes déclinaisons de la mise en valeur des femmes sont aussi susceptibles de faciliter le travail des journalistes et recherchistes des médias. En effet, grâce à ces portraits, mots-clics et autres informations facilement accessibles sur les différents rôles que les femmes occupent et les succès qui les distinguent, journalistes et recherchistes disposeraient de plus d'outils pour contribuer à la mise en valeur des femmes en musique.

Pour conclure cette partie, soulignons que certaines de ces pistes de solution ne peuvent être mises en œuvre que par des individus, à la suite d'un changement de culture, alors que d'autres peuvent être orchestrées ou soutenues par des organismes ou instances du secteur culturel ou de secteurs connexes. Nous avons présenté ces pistes sans distinction à l'égard de leur opérationnalisation, afin de laisser toute la place aux parties prenantes qui se sentiront concernées de décider de la meilleure façon d'en explorer la faisabilité et la mise en œuvre.

### Des initiatives de portraits de femmes et de mise en valeur de leurs façons de faire

Dans les domaines de la télévision et du cinéma, l'organisme à but non lucratif Réalisatrices Équitables a produit et réalisé, en 2012, 8 portraits vidéo de réalisatrices de fiction québécoises : *Les dames aux caméras*. Ces capsules d'environ 3 minutes sont mises en ligne sur le site de Réalisatrices équitables, le site de l'ARRQ, et celui de TV5. Voir : [https://realisatrices-equitables.com/type\\_video/dames-aux-cameras/](https://realisatrices-equitables.com/type_video/dames-aux-cameras/)

Dans le monde des affaires, le Réseau des femmes d'affaires du Québec, en partenariat avec d'autres organismes, offre le Prix des femmes d'affaires du Québec afin de mettre en valeur les femmes entrepreneures. Le Prix donne de la visibilité à une diversité de modèles d'entreprises (y compris les travailleuses autonomes), ainsi qu'aux réalisations et aux parcours de ces femmes. Le comité de sélection et le jury sont principalement constitués de femmes de domaines variés et se fondent sur des critères diversifiés, incluant l'engagement dans la communauté et l'inclusion sociale.

Voir : <https://www.pfaq.ca/fr>

## 6. Conclusion

Cette étude a permis de collecter une diversité de perspectives sur la réalité des femmes de tous les corps de métier en musique, afin de mieux comprendre ce qu'elles vivent et ce qui les aiderait à surmonter les défis qu'elles rencontrent. En incluant les personnes ayant participé aux entretiens individuels semi-dirigés exploratoires, ayant répondu au questionnaire et participé aux groupes de discussion, ce sont plus de 600 témoignages qu'a permis de réunir cette étude sur les femmes dans le secteur musical canadien francophone.

Des répondantes nous ont communiqué leur reconnaissance à participer à un tel exercice fondé sur leur interprétation de leur vécu dans le secteur musical canadien francophone. Dans les groupes de discussion, elles ont souligné les bénéfices d'échanger avec d'autres femmes pour prendre conscience de certains de leurs comportements, en lien avec les exigences qu'elles s'imposent et l'humilité qui en caractérise plusieurs, par exemple. Elles ont mentionné que de se retrouver entre femmes les aidait à prendre conscience du fait qu'elles ne sont pas seules à vivre certaines réalités; leur donnait l'« inspiration » et le « courage » de « prendre les rênes de ce nouveau monde qu'[elles] [veulent] créer », « de s'investir d'une mission » pour créer des modèles pour les générations de femmes à venir dans ce secteur. Cela leur confirmait la présence d'une solidarité entre femmes, qui « n'a pas besoin d'être contre les gars », quelques hommes ayant d'ailleurs participé aux groupes de discussion. Ces participantes se sont dites heureuses « de voir qu'il y a des institutions, de voir qu'il y a des groupes, des gens qui s'unissent pour faire en sorte que les réalités des femmes soient prises en compte ».

Comme mentionné en introduction, la prise en compte des réalités des femmes en musique ne postule pas l'uniformité de leurs vécus. Tout au long de cette étude, et dans la mesure de ce que nous permettaient d'en dire les données obtenues, nous avons mis en évidence la diversité de leurs expériences en lien avec des facteurs personnels et contextuels (p. ex., le principal statut professionnel, l'âge, le nombre d'années d'expérience, l'appartenance à une minorité visible ou de genre et la région de résidence). Nous n'avons donc pas considéré les femmes en musique comme une catégorie homogène et unifiée et ne prétendons pas parler au nom de toutes.

### 6.1 — Limites de la recherche

L'étendue de cette étude nous a permis de couvrir une représentation intéressante de la diversité des femmes qui œuvrent dans le secteur musical canadien francophone. L'étude présente toutefois quelques limites, qui s'articulent comme autant d'avenues de recherche futures.

Premièrement, lorsque des tendances qui sont propres à certains groupes minoritaires au sein des femmes en musique ressortaient, comme les minorités linguistiques, visibles et de genre, nous les avons mises en valeur. Cependant, il n'a pas été possible d'aller en profondeur dans toutes les dimensions de la diversité et de refléter fidèlement le vécu de chacun de ces groupes. Par exemple, nous avons retenu les réponses et témoignages de quelques personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre ayant répondu à notre invitation à participer à cette étude. Nous avons le plus souvent analysé leurs réponses et témoignages dans la mesure où ces personnes rencontrent des défis communs à certaines femmes ayant participé à l'étude et adhèrent à certaines pistes de solution qui y répondent. Nous ne disposons pas de matériel suffisant pour approfondir leur vécu et leurs besoins distinctifs, dans le cadre d'une étude dont l'objectif premier consistait à relever les défis particuliers que rencontrent les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone. Les populations minoritaires ou marginalisées à l'intérieur de la population féminine, bien que représentées dans l'étude, n'y sont donc pas étudiées en profondeur. D'autres recherches pourraient se concentrer sur ces groupes, afin d'approfondir auprès d'eux les thématiques qui les concernent plus précisément, ainsi que les pistes de solution qui répondraient mieux aux défis particuliers qu'ils rencontrent.

À cet effet, plusieurs études ont été menées dans le secteur musical et dans d'autres secteurs culturels, en parallèle à celle-ci, pour trouver des solutions aux défis rencontrés par différents groupes minoritaires dans les secteurs culturels, d'une part, et pour répondre à des problèmes rencontrés avec plus d'intensité dans certains corps de métier, d'autre part<sup>50</sup>. Par la diversité de leurs objectifs et des perspectives qu'elles adoptent, ces études apparaissent complémentaires. Une avenue de recherche future pourrait consister à mettre en commun leurs résultats aux bénéfices de l'ensemble des personnes œuvrant dans les secteurs culturels.

Deuxièmement, cette recherche permet de faire ressortir des tendances à un moment donné. Elle ne permet cependant pas de mettre en valeur les parcours des personnes qui y ont participé sur toute leur durée, alors que les défis et les solutions qui y répondent s'inscrivent toujours dans des trajectoires individuelles. D'autres études pourraient suivre ou tracer des parcours de femmes en musique sur plusieurs années.

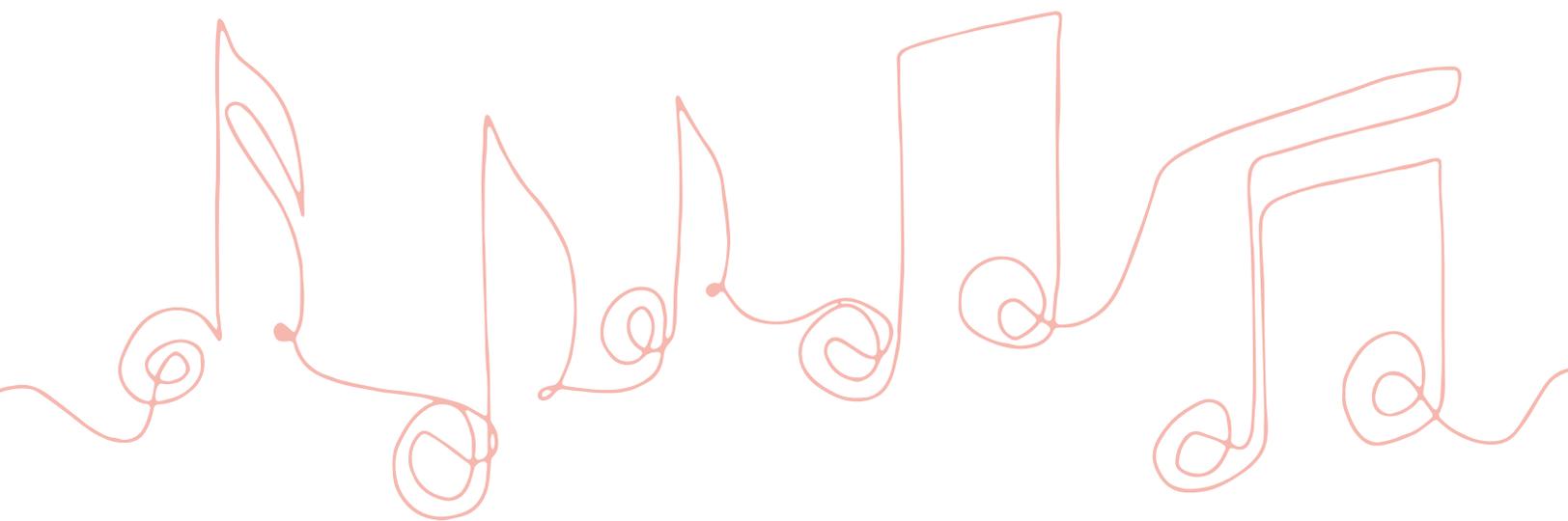
De plus, cette étude s'est concentrée sur les femmes qui sont arrivées aux postes et professions auxquelles nous nous intéressons, à leur vécu et à ce qui pourrait atténuer les défis qu'elles rencontrent. En revanche, elle ne s'est pas attardée aux femmes qui n'y sont pas arrivées. Pour comprendre les barrières à l'entrée de certaines professions, il serait pertinent de parler également avec ces dernières. Certaines de nos répondantes ont observé, parmi les diplômés des programmes d'études en musique et parmi les participantes et participants aux concours de musique, une proportion d'hommes et de femmes plus près de la parité que dans certaines professions qui constituent la suite logique de ces programmes et concours. Dans l'industrie médiatique, on parle de ce phénomène comme du « syndrome du tuyau crevé » (Duopoly, 2017). Une avenue de recherche future consisterait à se demander, au travers d'études longitudinales, à quel moment de leur parcours et pour quelle raison ces jeunes femmes quittent le secteur musical. Il pourrait s'agir d'étudier, de l'école à leur entrée sur le marché du travail, des artistes du secteur de la musique pour comprendre pourquoi des différences de genre persistent au niveau professionnel, par contraste avec les proportions plus proches de la parité que l'on retrouve dans les programmes d'études et les concours.

Cette étude ne s'est pas non plus attardée aux femmes qui ont quitté les professions du secteur musical. Nous savons mieux ce qui fait songer les femmes à abandonner leur carrière (voir sous-section 4.3.5), mais ne savons pas ce qui a effectivement amené à se retirer celles qui ont quitté le secteur en cours de carrière. De plus, que sait-on des femmes ayant pris leur retraite au terme d'une carrière en musique ? Compte tenu des conditions de précarité financière décrites dans cette étude, de la petite taille des entreprises des femmes et des préoccupations en lien avec le vieillissement, d'autres études pourraient également s'attarder aux conditions dans lesquelles les femmes en musique prennent leur retraite. Elles pourraient en outre s'intéresser à ce qui favoriserait la transmission des modèles d'entreprise des femmes, de leur expérience et de leurs façons de faire.

Enfin, bien que nos recherches n'aient pas permis de trouver l'information permettant d'établir le nombre total de femmes œuvrant professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone (population totale visée), l'obtention de plus de 600 témoignages aux différentes étapes de cette étude nous a semblé révélatrice de l'intérêt pour les thèmes qui y sont abordés. L'objectif jugé réaliste de rejoindre 300 femmes a été surpassé au-delà de nos plus grandes espérances. En effet, l'abondance et la richesse des réponses qui nous ont été fournies lors de nos huit entretiens individuels, dans les questions ouvertes des 591 questionnaires gardés pour analyse et lors des six groupes de discussion réunissant 45 personnes, nous ont à la fois comblées et ébahies.

50. Mentionnons à titre d'exemples un sondage de VISIBLE, « une équipe d'artistes et travailleuses culturelles travaillant à mettre en place de meilleures pratiques (financement et accompagnement) pour soutenir les artistes de la communauté LGBTQIA2S+ en collaboration avec le Conseil des arts de Montréal » (VISIBLE, 2021). Le sondage vise à « mieux cerner les besoins et les enjeux rencontrés par les artistes de cette communauté ». Il y a aussi le sondage de l'organisme Aftermetoo, conçu et analysé par la firme Hill Strategy (2021) sur le harcèlement au travail dans les secteurs des arts vivants, du film et de la télévision dans l'ensemble du Canada, dont les résultats sont parus en mars 2021. Enfin, un sondage de l'organisme Music Canada en collaboration avec le Diversity Institute de l'École de gestion Ted Rogers de l'Université Ryerson circulait au printemps 2021 pour étudier plus précisément les questions de diversité et d'inclusion dans l'industrie musicale canadienne, auprès d'artistes, de créateurs et de professionnels de l'industrie, de toutes identités de genre, francophones et anglophones.

Soulignons parmi les 591 questionnaires les 417 textes formulant dans le détail des recommandations pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive. Ces textes témoignent de l'implication des femmes ayant participé à l'étude et de leur désir de participer à l'effort de compréhension initié par la Fondation Musicaction. Notre volonté d'analyser en profondeur et de rendre compte avec justesse des expériences, des défis et des pistes de solution qui nous ont été formulés justifie la longueur de ce rapport et la durée prise pour arriver à sa parution. Il va sans dire que de réaliser une étude en pleine pandémie de COVID-19 présente aussi son lot d'aléas. Entre les premières étapes de cette étude, à l'hiver 2020, et la parution du rapport, à l'hiver 2022, nous avons beaucoup appris sur la situation des femmes en musique grâce à la générosité et à l'enthousiasme des personnes qui se sont livrées avec cœur dans cette étude et nous leur témoignons notre profonde gratitude.



# Références

- Alacovska, Ana (2017). The gendering power of genres: how female scandinavian crime fiction writers experience professional authorship. *Organization*, 24(3), 377–396. <https://doi.org/10.1177/1350508416687766>
- Arbour, Marie-Ève et de Nayves, Hélène (2018). Formation sur la rédaction épïcène. Office québécois de la langue française. Gouvernement du Québec. [https://www.oqlf.gouv.qc.ca/redaction-epicene/20180112\\_formation-redaction-epicene.pdf](https://www.oqlf.gouv.qc.ca/redaction-epicene/20180112_formation-redaction-epicene.pdf)
- Archambault, Richard et Song, May (2018). Les nouvelles entreprises canadiennes : taux de naissance et de survie au cours de la période de 2002 à 2014. Innovation, Sciences et Développement économique Canada. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/NEC\\_TNS-CNF\\_BSR\\_2002-2014\\_Mai2018\\_fra.pdf/\\$file/NEC\\_TNS-CNF\\_BSR\\_2002-2014\\_Mai2018\\_fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/NEC_TNS-CNF_BSR_2002-2014_Mai2018_fra.pdf/$file/NEC_TNS-CNF_BSR_2002-2014_Mai2018_fra.pdf)
- Banks, Mark et Milestone, Katie (2011). Individualization, gender and cultural work. *Gender, Work & Organization*, 18(1), 73–89. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00535.x>
- Becker, Howard S. (2012). Musiciennes : Enquête sur les femmes et la musique. *Contemporary Sociology*, 41(4), 510–512. <https://doi.org/10.1177/0094306112449614w>
- Benabs, Ana (2019, 5 avril). « Des festivals de musique 100 % femmes pour un peu plus de parité », *France 24*. <https://www.france24.com/fr/20190404-festivals-programmation-feminine-egalite-lykke-li-musique>
- Berridge, Susan (2019). Mum's the word: Public testimonials and gendered experiences of negotiating caring responsibilities with work in the film and television industries. *European Journal of Cultural Studies*, 22 (5–6), 646–664. <https://doi.org/10.1177/1367549419839876>
- Boulay, Mélanie, Boulay, Stéphanie, Brunet, Ariane, Durand, Catherine, Moffatt, Ariane, Nolin, Safia et Amylie (2017, 2 juin). Un talent est un talent, peu importe le sexe. *Le Devoir*, section « Idées ». <https://www.ledevoir.com/opinion/idees/500221/un-talent-est-un-talent-peu-importe-le-sexe>
- Buscatto, Marie (2008). Tenter, rentrer, rester : les trois défis des femmes instrumentistes de jazz. *Travail, Genre Et Sociétés*, 19(1), 87–87. <https://doi.org/10.3917/tgs.019.0087>
- Charpentier, Michèle (2010). *Vieillir au pluriel : perspectives sociales*. Presses de l'Université du Québec.
- Cobo, Leila (2018, 21 avril). We need that door to open. *Billboard*.
- Collard, Nathalie (2022, 9 janvier). Révolution au travail. *La presse*. <https://www.lapresse.ca/contexte/2022-01-09/revolution-au-travail.php>
- Conference Board du Canada (2019). *Étude d'information sur le marché du travail de la main-d'œuvre culturelle*. Préparée pour le Conseil des ressources humaines du secteur culturel. <https://www.culturalhrc.ca/fr/news/2019/lancement-imt>
- Creswell, John W. et Creswell, J. David (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Daguzan Bernier, Myriam (2019, 11 juillet). Sexisme en musique : des trucs pour s'assurer une programmation paritaire et inclusive — partie 1. *Gazette des femmes*, section « Chroniques et opinions ». <https://gazettedes-femmes.ca/15005/sexisme-en-musique-des-trucs-pour-sassurer-une-programmation-paritaire-et-inclusive-partie-1/>

Daguzan Bernier, Myriam (2019a, 11 juillet). Sexisme en musique : des trucs pour s'assurer une programmation paritaire et inclusive – partie 2, *Gazette des femmes*, section « Chroniques et opinions ». <https://gazettedes-femmes.ca/15016/sexisme-en-musique-des-trucs-pour-sassurer-une-programmation-paritaire-et-inclusive-partie-2/>

Danvoye, Marik (2018). Les professions de la culture et des communications au Québec en 2016. *Optique culture*, no 63. Québec, Institut de la statistique du Québec. Observatoire de la culture et des communications du Québec. <https://statistique.quebec.ca/en/fichier/no-63-decembre-2018-les-professions-de-la-culture-et-des-communications-au-quebec-en-2016.pdf>

Dodd, Fiona (2012). Women leaders in the creative industries: a baseline study. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(2), 153–178. <https://doi.org/10.1108/17566261211234652>

Dumez, Hervé (2013). *Méthodologie de la recherche qualitative*. Vuibert.

Duopoly (2017). Femmes et leadership. *Étude sur la parité des genres et la diversité dans l'industrie médiatique canadienne*. Étude commandée par la Canadian Media Producers Association. <https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/2017/02/cmpafemmes-et-leadership.pdf?v=55ca760da9fcc57dc9a7b26e6c94255f>

Espace Go (2021). La Place des femmes en théâtre : chantier féministe. <https://espacego.com/les-spectacles/2018-2019/la-place-des-femmes-en-theatre-chantier-feministe/>

F.E.M.M., Femmes Engagées des Métiers de la Musique (2019, 18 avril). Sexisme dans la musique : plus de 1000 femmes disent stop. *Telerama*, section « Manifeste ». <https://www.telerama.fr/monde/sexisme-dans-la-musique-pres-de-700-femmes-disent-stop,n6210958.php>

Fortin, Marie-Fabienne et Gagnon, Johanne (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche : méthodes quantitatives et qualitatives* (3<sup>e</sup> édition). Chenelière éducation.

Geoffrion, Paul (2008). Le groupe de discussion. Dans B. Gauthier, *Recherche sociale : De la problématique à la collecte de données* (5<sup>e</sup> éd., p. 391-414). Presses de l'Université du Québec.

Gouvernement du Canada (s.d.) Identité de genre. Dans *Lexique sur la diversité sexuelle et de genre*. [https://www.btb.termiumplus.gc.ca/publications/diversite-diversity-fra.html?wbdisable=true\)#g](https://www.btb.termiumplus.gc.ca/publications/diversite-diversity-fra.html?wbdisable=true)#g) (page consultée en juillet 2021).

HCE (2018). Inégalités entre les femmes et les hommes dans les arts et la culture. Acte II : après 10 ans de constats, le temps de l'action. Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes. Rapport no 2018-01-22— TRA-031, 134 p. <https://www.vie-publique.fr/rapport/37164-inegalites-entre-les-femmes-et-les-hommes-dans-les-arts-et-la-culture>

Hennekam, Sophie et Bennett, Dawn (2017). Sexual harassment in the creative industries: Tolerance, culture and the need for change. *Gender, Work & Organization*, 24(4), 417–434. <https://doi.org/10.1111/gwao.12176>

Hennekam, Sophie, Macarthur, Sally, Bennett, Dawn, Hope, Cat, et Goh, Talisha (2020). Women composers' use of online communities of practice to build and support their careers. *Personnel Review*, 49(1), 215–230. <https://doi.org/10.1108/PR-02-2018-0059>

Henriquez, Rose Carine (2019, 11 juillet). Après la dénonciation, la lente progression. *Gazette des femmes*, section « Société ». <https://gazettedesfemmes.ca/14973/apres-la-denonciation-la-lente-progression/>

Hill Strategies (2021). The change you want to see. Results of the first-ever survey of workplace sexual harassment in the Canadian performing arts, film, and television industries. Aftermetoo. <https://www.aftermetoo.com/research>

- Hill, Kelly (2019). La diversité et la vitalité des arts et de la culture de la francophonie canadienne. Présentation pour le forum des membres de la Fédération culturelle canadienne-française le 6 décembre 2019. [https://hill-strategies.com/wp-content/uploads/2019/12/fccf\\_kellyhill\\_6decembre2019.pdf](https://hill-strategies.com/wp-content/uploads/2019/12/fccf_kellyhill_6decembre2019.pdf)
- Jennings, Ros et Gardner, Abigail (dir.) (2016). *Rock on : women, ageing and popular music*. Ashgate.
- L'Aparté (2021). Identifier & comprendre pour mieux se défendre. L'Aparté. Ressources contre le harcèlement et les violences en milieu culturel. <https://www.aparte.ca/harcelement>.
- Lafrance, Marc, Worcester, Lara, et Burns, Lori (2011). Gender and the billboard top 40 charts between 1997 and 2007. *Popular Music and Society*, 34(5), 557–570. <https://doi.org/10.1080/03007766.2010.522827>
- Larsen, Gretchen (2017). "It's a man's man's man's world": Music groupies and the othering of women in the world of rock. *Organization*, 24(3), 397–417. <https://doi.org/10.1177/1350508416689095>
- Leung, Linda (2016). The creative other: marginalization of and from the creative industries. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46(4), 200–211. <https://doi.org/10.1080/10632921.2016.1211050>
- Lincoln, Yvonna S. et Guba, Egon G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Manning, Stephan, et Sydow, Jörg (2007). Transforming creative potential in project networks: how tv movies are produced under network-based control. *Critical Sociology*, 33 (1–2), 19–42. <https://doi.org/10.1163/156916307X168575>
- Martin, Priscilla et Offroy, Cécile (2018). *La représentation Femmes-Hommes dans le jazz et les musiques improvisées*. Enquête réalisée par AJC Grands Formats, la FNEIJMA et Opale (Priscilla Martin et Cécile Offroy) en coopération avec l'ADEJ. Avec le parrainage du ministre de la Culture et le soutien du CNV. <https://ajc-jazz.eu/wp-content/uploads/2019/10/etude-hf-jazz.pdf>
- Martin, Lynn, Jerrard, Bob et Wright, Lucy (2020). Identity work in female-led creative businesses. *Gender, Work & Organization*, 27(3), 310–326. <https://doi.org/10.1111/gwao.12357>
- Martins, Ana et Guerra, Paula (2018). Rock in high heels: A look through the women's role in Portuguese rock music, dans *KISMIF Book of Abstracts*, Universidade do Porto. Faculdade de Letras. Porto, Portugal. [https://www.researchgate.net/publication/336286496\\_Rock\\_in\\_high\\_heels\\_A\\_look\\_through\\_the\\_women%27s\\_role\\_in\\_Portuguese\\_rock\\_music](https://www.researchgate.net/publication/336286496_Rock_in_high_heels_A_look_through_the_women%27s_role_in_Portuguese_rock_music)
- Menger, Pierre-Michel (2009). *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Gallimard.
- Mentorat Québec (2019). Définition et Origine. <https://mentoratquebec.org/definition-mentorat/>.
- Miles, Matthew B. et Huberman, A. Michel (2003). Analyse des données qualitatives. De Boeck Supérieur.
- Miller, Diana L. (2016). Gender and the artist archetype: understanding gender inequality in artistic careers. *Sociology Compass*, 10(2), 119–131. <https://doi.org/10.1111/soc4.12350>
- Miller, Diana L. (2016a). Gender, Field, and Habitus: How Gendered Dispositions Reproduce Fields of Cultural Production, *Sociological Forum*, 31(2), p. 330–353. <https://doi.org/10.1111/socf.12247>
- Ministère de la culture (2019). *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication*. Département des études de la prospective et des statistiques, Paris. <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-ouvrages/Observatoire-de-l-egalite-entre-femmes-et-hommes-dans-la-culture-et-la-communication/Observatoire-2019-de-l-egalite-entre-femmes-et-hommes-dans-la-culture-et-la-communication>

Ministère de la culture (2021). *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication*. Département des études de la prospective et des statistiques, Paris. <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-ouvrages/Observatoire-de-l-egalite-entre-femmes-et-hommes-dans-la-culture-et-la-communication/Observatoire-2021-de-l-egalite-entre-femmes-et-hommes-dans-la-culture-et-la-communication>

Ministère de la famille (2021). *Fiche 1 — La conciliation travail-famille, qu'est-ce que c'est?*. Gouvernement du Québec. <https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/Famille/CFTE/outils-references/Pages/index.aspx>

Music Canada (2022). Research Study: Diversity and Inclusion in Canada's Music industry. <https://musiccanada.com/diversity-inclusion-survey-2021/>.

Nordicity (2015). *A Profile of women working in Ontario's music industry*. Rapport final présenté à Women in Music.ca. <https://www.womeninmusic.ca/images/PDF/A+Profile+of+Women+Working+in+the+ON+Music+Industry.pdf>

Nordicity (2020). The impact of Covid-19 on Canadian independent music. Rapport préparé pour CIMA. [https://cimamusic.ca/uploads/ck/files/cima\\_impact\\_of\\_covid\\_on\\_indie\\_music\\_final\\_2020\\_12\\_07.pdf](https://cimamusic.ca/uploads/ck/files/cima_impact_of_covid_on_indie_music_final_2020_12_07.pdf)

OQLF (2018). Vocabulaire de la santé mentale. Office québécois de la langue française. Gouvernement du Québec. <https://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/vocabulaire-sante-mentale.aspx>

OQLF (2018a). Rédaction épïcène, formulation neutre, rédaction non-binaire et écriture inclusive. Dans les coulisses de la langue. Office québécois de la langue française. Gouvernement du Québec. [http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit\\_bdl.asp?id=5421](http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=5421)

Prior, Becky, Barra, Erin et Kramer, Sharon (2019). *Women in the U.S. Music Industry. Obstacles and opportunities*. Recherche commanditée par Berklee. Institute for Creative Entrepreneurship. <https://college.berklee.edu/sites/default/files/d7/bcm/Women%20in%20the%20U.S.%20Music%20Industry%20Report.pdf>

Provencher, Claudine, Milan, Anne, Hallman, Stacey et D'Aoust, Carol (2018, 5 juin). Fécondité : aperçu, 2012 à 2016. Statistique Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/91-209-x/2018001/article/54956-fra.htm>

Radio-Canada (2019, 1<sup>er</sup> août). Festivals de musique québécois : où sont les femmes ? Ici Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/info/2019/08/festivals-musique-femmes-programmation-artistes-quebec-osheaga/>

Romelaer, P. (2005). L'entretien de recherche. *Management des ressources humaines : méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*, p. 101-137.

SACD (2017). Où sont les femmes ? Toujours pas là. Bilan 2012-2017 de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques. [https://www.sacd.be/images/PDF/ou\\_sont\\_les\\_femmes\\_france.pdf](https://www.sacd.be/images/PDF/ou_sont_les_femmes_france.pdf)

Shesaid.so (s.d.). Montreal. <https://www.shesaid.so/montreal> (page consultée en janvier 2022).

Smith, Stacy L., Choueiti, Marc et Pieper, Katherine (2019). Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 700 Popular Songs from 2012–2018. USC Annenberg inclusion initiative. <https://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio-2019.pdf>

Smith, Stacy L., Pieper, Katherine, Clark, Hannah, Case, Ariana et Choueiti, Marc (2020). Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 800 Popular Songs from 2012–2019. USC Annenberg inclusion initiative. <https://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio-20200117.pdf>

Smith, Stacy L., Pieper, Katherine, Choueiti, Marc, Hernandez, Karla et Yao, Kevin (2021). Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 900 Popular Songs from 2012–2020. USC Annenberg inclusion initiative. <https://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio2021.pdf>

Soundbetter (s.d.). Finish your song. The world's best mixing & mastering engineers, singers, songwriters, producers and studio musicians for hire. <https://soundbetter.com> (page consultée en janvier 2022).

Statistique Canada (2016). Plus haut niveau de scolarité atteint (général) selon certains groupes d'âge 25 à 64, sexe féminin, répartition en % (2016), Canada, provinces et territoires, Recensement de 2016 — Données-échantillon (25 %). <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/hlt-fst/edu-sco/Tableau.cfm?Lang=F&T=11&Geo=00&SP=1&view=2&age=2&sex=3>

Tucker, Roseanna (2016). Equalizing Frequencies: Gender and Audio Technology in American Higher Education. [Communication] 141e congrès de l'Audio Engineering Society, Los Angeles, USA. <https://www.aes.org/e-lib/browse.cfm?elib=18407>

Turbé, Sophie (2016). Puissance, force et musique *metal* Quand les filles s'approprient les codes de la masculinité. *Ethnologie française*, 46 (1), 93-102. <https://doi.org/10.3917/ethn.161.0093>

UQAM. Équité, diversité, inclusion (s.d.) Lexique. Autres termes de référence. <https://edi.uqam.ca/lexique/autres-termes-reference/> (page consultée en janvier 2022).

VISIBLE (2022). Questionnaire/Artiste. <http://visible-art.ca/artiste/>.

Watson, Jada (2019). Gender on the Billboard hot country songs chart, 1996–2016. *Popular Music and Society*, 42(5), 538–560. <https://doi.org/10.1080/03007766.2018.1512070>

Wessbecher, Louise (2018, 12 septembre). Découvertes — Dans l'industrie de la musique, les inégalités entre hommes et femmes s'accroissent. *France 24*. <https://www.france24.com/fr/20180126-industrie-musique-inegalites-entre-hommes-femmes-s-accentuent>

Wing-Fai, Leung, Gill, Rosalind et Randle, Keith (2015). Getting in, getting on, getting out? women as career scramblers in the uk film and television industries. *The Sociological Review*, 63, 50–65. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12240>

Wolfe, Judy, Davy, Diane et Prozeniuk, Tyler (2018). ONTARIO CRÉATIF : Étude de base sur la parité femmes-hommes. Rapport préparé par Consulting matrix. [https://ontariocreates.ca/uploads/Business\\_Intelligence/fr/Baseline\\_Gender\\_Study\\_FR.pdf](https://ontariocreates.ca/uploads/Business_Intelligence/fr/Baseline_Gender_Study_FR.pdf)

Women in Music Canada (2019). Empowering Diversity: A Study Connecting Women in Leadership to Company Performance in the Canadian Music Industry. <https://www.womeninmusic.ca/images/PDF/Empowering%20Diversity-%20A%20Study%20Connecting%20Women%20in%20Leadership%20to%20Company%20Performance%20in%20the%20Canadian%20Music%20Industry.pdf>

Zossou, Clémence (2021, 15 février). Partage des tâches domestiques : faire équipe pendant la pandémie de COVID-19. StatCan et la COVID-19 : Des données aux connaissances, pour bâtir un Canada meilleur. Statistique Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00081-fra.htm>

# Annexe 1 : méthodologie détaillée

## Positionnement de l'étude

La présente étude adopte une approche interprétative, c'est-à-dire qu'elle vise l'approfondissement de la compréhension d'un phénomène du point de vue des personnes qui le vivent. Elle approfondit ainsi la perspective des répondantes, essentiellement des femmes et quelques personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre qui ont participé, quant à leur expérience d'œuvrer professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone, sans la comparer à celle des hommes ni à celle des femmes œuvrant dans d'autres secteurs culturels. Cela n'a guère empêché depuis le début d'inclure des hommes à la réflexion, mais toujours dans cette approche de compréhension en profondeur de la situation des femmes plutôt que de comparaison.

L'étude n'a pas de visée de représentativité de la population ciblée, mais a plutôt pour objectif de brosser un portrait de la situation des femmes en musique sur la base des personnes qui ont accepté d'y participer. Cet objectif s'accompagne d'un biais d'autosélection quant à la participation des répondantes. Comme toute personne pouvait choisir d'elle-même de participer à l'étude, nous ne savons pas comment les personnes qui ont accepté d'y participer diffèrent de celles qui n'y ont pas participé. Par exemple, il est possible que les personnes de certaines catégories de la population ciblée aient été plus enclines à répondre au questionnaire que les personnes correspondant à d'autres catégories.

En outre, cette étude ne postule pas l'uniformité des vécus des femmes. Les défis liés au genre peuvent interagir avec des défis liés plus généralement à la profession, à la région de résidence et au statut minoritaire de sa langue, au fait d'être d'une minorité visible, à l'âge, au nombre d'années d'expérience, au style musical, à la parentalité ou à d'autres situations personnelles et professionnelles. À certains moments, il s'est avéré difficile d'appréhender le genre en lui-même. À quelques reprises, des répondantes ont énoncé, lorsqu'elles exprimaient un problème précis : «Je suis consciente que ce n'est pas un problème exclusivement féminin» ou encore «je ne sais pas si ça se passe parce que je suis une femme ou parce que je suis jeune ou que j'ai moins d'expérience». Nous n'avons pas exclu ces problèmes puisqu'ils sont tout de même vécus par des femmes, mais avons plutôt cherché à mettre en valeur la diversité de leurs expériences en lien avec des facteurs personnels et contextuels qui modulent pour chacune le vécu des défis abordés en fonction du genre.

Le choix d'une approche combinée en quatre étapes soutient ce positionnement de compréhension en profondeur, plutôt que de comparaison, en permettant d'offrir des nuances, des explications et des illustrations approfondies aux différentes dimensions du portrait compréhensif brossé par cette étude.

## Une approche combinée en quatre étapes

À ce jour, aucune étude exhaustive ne s'était concentrée sur les femmes œuvrant dans l'industrie musicale canadienne francophone. De plus, au Canada et ailleurs dans le monde, dans le secteur musical et dans d'autres domaines culturels, la plupart des études concernant les femmes se limitent à l'usage de données quantitatives (données obtenues par questionnaires). Or, un usage complémentaire de méthodes qualitatives comme les entretiens semi-dirigés et les groupes de discussion peut fournir une compréhension plus riche des problématiques de recherche que ce que permet d'obtenir l'usage exclusif de méthodes quantitatives ou qualitatives (Creswell et Creswell, 2017). Par exemple, dans une étude sur des compositrices, Hennekam *et al.* (2020, p. 216) rapportent qu'une telle approche combinée leur a permis autant d'étudier la prévalence de thèmes

dans la population ciblée que d'aller chercher un éclairage en profondeur de l'expérience vécue des femmes par rapport à chacun de ces thèmes.

Cette approche combinée favorise également la triangulation des données, qui consiste à aborder une situation par différents angles afin de capter les multiples interprétations possibles de la réalité dans le but d'assurer la crédibilité de la recherche (Lincoln et Guba, 1985, p. 305). Plusieurs méthodes existent pour trianguler les données. Dans cette étude, nous avons choisi d'adopter une approche exploratoire séquentielle (Creswell et Creswell, 2017), autrement dit une approche d'exploration du phénomène étudié par différentes séquences de collecte et d'analyse de données. Cette approche permet l'approfondissement et l'extension des résultats générés par chaque méthode dans la mise en œuvre de la méthode suivante. Dans cet esprit, la présente étude se décline en quatre étapes qui allient les méthodes quantitatives favorisant l'étendue des résultats aux méthodes qualitatives donnant accès à une plus grande profondeur.

### Étape 1 : la recension des écrits

La première étape de l'étude a consisté à recenser la littérature professionnelle et la littérature scientifique<sup>51</sup> portant sur la place des femmes dans l'industrie musicale, au Canada et ailleurs dans le monde. Cette recension des écrits a inclus des études sur les femmes dans d'autres secteurs culturels ou créatifs (cinéma, télévision, littérature, etc.), partant des caractéristiques que partagent ces secteurs et des conditions de travail semblables qu'elles offrent aux personnes qui y œuvrent (p. ex., en matière d'horaires et d'organisation du travail, de réseaux professionnels et de ressources) (Menger, 2009). Aucune de ces études ne portait sur les femmes dans l'industrie musicale canadienne francophone. Une veille de la presse a cependant permis de retrouver certains défis et pistes de solution ressortis de cette recension dans des témoignages et observations rapportés dans des articles de presse à propos du secteur musical canadien francophone. Cette recension se limite aux écrits parus dans les mois et années précédant l'été 2020, qui correspond à la période où nous avons délimité les thèmes à aborder auprès de la population ciblée par cette étude.

Au total, la recension d'une vingtaine d'articles scientifiques, d'un nombre égal de rapports de recherche et une veille de la presse pendant l'été 2020 ont mené à l'identification de six grandes catégories de défis que rencontrent les femmes dans les secteurs culturels, de leurs explications, de leurs conséquences, ainsi que de variables influençant ces explications et conséquences. Les relations entre ces défis, leurs explications et leurs conséquences ont été représentées sous la forme de modèles permettant de les visualiser. Cette recension des écrits a aussi permis d'identifier un premier ensemble de pistes de solution pour répondre à ces défis.

### Étape 2 : les entretiens individuels semi-dirigés exploratoires

Les modèles permettant de visualiser les relations entre ces défis, leurs explications et leurs conséquences ont inspiré la construction d'un guide d'entretien semi-dirigé exploratoire visant à explorer leur présence dans la population ciblée par cette étude, ainsi qu'à déceler d'autres thématiques que nous n'aurions pas relevées dans la recension des écrits. Lorsqu'on dispose de peu de données sur une situation, les entretiens individuels semi-dirigés permettent d'explorer le terrain, en début d'une recherche, pour mieux en définir l'objet et les objectifs. Ils sont réalisés auprès de personnes expertes ou de personnes-ressources (Romelaer, 2005).

51. La littérature professionnelle fait référence aux rapports de recherche produits ou commandés par des organismes privés ou publics, tandis que la littérature scientifique fait référence aux articles à caractère scientifique qui exposent généralement les résultats originaux d'une recherche. Ils sont publiés dans des revues qui disposent d'un processus d'évaluation par les pairs (*peer review*), c'est-à-dire que chaque article est validé par un comité de lecture composé d'experts dans le même champ disciplinaire que le contenu de l'article.

## ÉCHANTILLONNAGE

La chercheuse responsable a mené huit entretiens semi-dirigés exploratoires pendant l'été et l'automne 2020. Nous avons sélectionné les personnes interrogées parce qu'elles disposent, en vertu de leur poste et de leur expérience dans le secteur musical canadien francophone, d'une perspective large sur les femmes œuvrant professionnellement dans ce secteur, soit parce qu'elles côtoient régulièrement certains groupes de ces femmes (p. ex., artistes, entrepreneures, cadres supérieures), soit parce qu'elles leur apportent du soutien et des services. Nous n'avons pas restreint ce premier échantillon à des femmes, bien que sept répondantes sur huit en aient été. Ce premier échantillon, construit avec la collaboration de la Fondation Musicaction, a respecté la méthode de l'échantillonnage orienté stratifié (Patton, 1990, dans Miles et Huberman, 2003, p. 60), soit le ciblage de chaque personne en fonction de sa capacité à donner de l'information en profondeur sur différentes strates (ou sous-groupes) de la population à l'étude.

## DONNÉES ET ANALYSE

Plus de sept heures d'entretiens ont été transcrites mot pour mot. Leur analyse a permis de déterminer lesquelles des thématiques issues de la recension des écrits sont présentes et méritent d'être approfondies dans le secteur musical canadien francophone. L'analyse a aussi révélé d'autres thématiques propres à ce contexte qui gagneraient à être mieux comprises, ainsi que d'autres pistes de solutions pensées ou observées par les participantes à ces entretiens. Elle a ainsi permis, entre chaque entretien, de peaufiner les modèles d'explication et de conséquences des défis tirés de la recension des écrits afin d'approfondir leur compréhension d'un entretien à l'autre.

### Étape 3 : le questionnaire

Les modèles permettant de visualiser les relations entre les défis que rencontrent les femmes dans les secteurs culturels, leurs explications et leurs conséquences, tels que peaufinés au fil des entretiens semi-dirigés, ont donné lieu à la construction d'un questionnaire de 60 questions. Parmi ces questions, 35 sont des questions fermées (choix de réponses seulement), 19 correspondent à des questions semi-ouvertes (choix de réponses incluant une catégorie « Autre. Précisez. ») et 6 sont des questions ouvertes. Après une série de questions filtres visant à délimiter la population ciblée (âge, genre), des questions fermées et semi-ouvertes visaient à brosse le portrait sociodémographique des répondantes, puis à sonder les participantes sur les thématiques (défis, explications, conséquences et pistes de solutions) tirées de la recension des écrits et des entretiens individuels semi-dirigés exploratoires. Nous souhaitons notamment évaluer l'intensité et l'étendue du vécu de ces défis dans le contexte musical canadien francophone, ainsi que tester la pertinence de certaines pistes de solution ressorties des deux premières étapes de l'étude. Certaines questions employaient des expressions tirées des entretiens exploratoires, afin de refléter la réalité des répondantes et la façon dont elles la nomment. D'autres questions se sont inspirées de questions posées dans d'autres études professionnelles déjà publiées, puis adaptées au contexte ciblé par cette étude (Nordicity, 2015; Prior *et al.*, 2019; Martin et Offroy, 2018).

Les questions semi-ouvertes permettaient aux répondantes de fournir une réponse à développement lorsque les choix de réponses fournis ne correspondaient pas à leur réalité. Les questions ouvertes les invitaient à expliquer la réponse donnée à la question précédente ou à raconter une expérience. Elles les invitaient aussi à s'exprimer sur leurs ambitions professionnelles, sur les facteurs ayant le plus positivement influencé leur carrière, sur les barrières les plus importantes à l'avancement de leur carrière, ainsi que sur leurs recommandations pour une industrie musicale canadienne francophone plus inclusive. En laissant place à l'expression libre des répondantes,

ces réponses avaient pour objectifs l'approfondissement de notre compréhension et l'émergence de thèmes non anticipés dans le questionnaire.

Après avoir préparé le questionnaire, l'équipe de recherche a confié sa révision et sa programmation à la firme SOM afin qu'elle y décèle d'éventuels biais dans la formulation des questions, qui seraient susceptibles d'orienter les réponses (p. ex., biais de désirabilité sociale, induction causée par la séquence des questions). Le questionnaire a été hébergé sur les serveurs de SOM. Les répondantes pouvaient y répondre en français seulement, conformément à la mission de la Fondation Musicaction de soutenir le développement de la musique vocale francophone canadienne. Une fois que le questionnaire a été programmé et testé par l'équipe de recherche pour déceler tout problème technique et de raccords entre les questions, nous y avons fait répondre un échantillon de cinq personnes représentatives des différentes strates de la population ciblée. Ce pilote visait à tester la formulation des questions et des choix de réponses. Quelques choix de réponses et catégories ont été ajoutés suivant les suggestions des testeuses.

Les testeuses ont souligné la clarté des questions, le fait que les choix de réponses dans les questions fermées et semi-ouvertes leur semblaient complets et pertinents et que les échelles proposées étaient suffisamment vastes pour leur permettre de donner une réponse fidèle à leur vécu. Elles soulignaient en outre que l'ensemble du questionnaire couvrait de façon pertinente toutes les thématiques auxquelles elles pensaient en lien avec les femmes dans le secteur musical canadien francophone.

Le but du questionnaire était de broser un portrait actuel de la situation des femmes en musique. Il invitait donc les répondantes à réfléchir à leur expérience des cinq dernières années. Or, des testeuses ont souligné que des répondantes ayant vécu un changement de carrière au cours de ces cinq années trouveraient difficile de répondre à certaines questions, car leur situation avant ce changement de carrière différerait possiblement de leur vécu après celui-ci. Elles donnaient l'exemple de répondantes qui seraient passées d'employées à entrepreneures afin d'échapper à une situation d'emploi indésirable au cours de ces cinq dernières années. Ces répondantes ne sauraient pas pour lequel de ces statuts professionnels occupés dans les cinq dernières années elles répondraient aux questions. En présumant que les répondantes dans cette situation seraient rares, nous avons convenu qu'il leur reviendrait de choisir pour laquelle des situations professionnelles elles répondraient aux questions.

## ÉCHANTILLONNAGE ET PONDÉRATION

Le questionnaire s'adressait aux femmes majeures œuvrant professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone, et ce, de toutes les professions. Les catégories professionnelles offertes aux répondantes sont les suivantes :

1. **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice**
2. **Autrice et/ou compositrice (non-interprète)**
3. **Musicienne instrumentiste et/ou choriste**
4. **Professionnelle des métiers techniques de l'industrie musicale (réalisatrice, ingénieure de son, éclairagiste, directrice artistique, etc.)**
5. **Propriétaire d'entreprise de l'industrie musicale (ex. : entreprise individuelle, compagnie, société en nom collectif)**
6. **Haute-dirigeante ou cadre supérieure d'une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**
7. **Autre employée à temps plein ou à temps partiel d'une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**
8. **Pigiste pour une organisation/entreprise œuvrant dans l'industrie musicale**

En excluant les non-réponses, 585 des 591 répondantes au questionnaire se sont classées dans l'une ou l'autre de ces catégories professionnelles.

L'une des questions filtres leur demandait « À quel genre vous identifiez-vous? » et incluait les choix de réponses « féminin », « non-binaire », « en questionnement » et « masculin ». De ces choix, nous avons décidé d'exclure seulement les personnes répondant au choix « masculin ».

L'invitation à y participer pouvait ainsi atteindre toutes les personnes qui s'auto-identifient au genre féminin, quel que soit le sexe attribué à la naissance, ainsi que des personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre, dans un objectif d'inclusion et de reconnaissance de la diversité de genre. La catégorie « féminin » jouit d'une reconnaissance sociale, politique et légale généralisée. Dans le contexte de cette étude, elle fait référence à des réalités économiques, sociales et culturelles que vivent plusieurs d'entre elles. Cependant, la prise en compte de cette catégorie ne postule pas l'uniformité des vécus des femmes. Nous mettons plutôt en évidence la diversité de leurs vécus en lien avec des facteurs personnels et contextuels. Nous ne considérons donc pas les femmes comme une catégorie homogène et unifiée et ne prétendons pas parler au nom de toutes.

De plus, parmi les personnes ayant accepté l'invitation à participer à cette étude, certaines s'identifient comme non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre. Leurs réponses et témoignages sont intégrés à ce rapport, le plus souvent dans la mesure où ces personnes rencontrent des défis communs à certaines femmes ayant participé à l'étude et adhèrent à certaines pistes de solution qui y répondent. Lorsque des tendances qui leur sont propres ressortent de façon évidente, nous les mettons en valeur, sans prétendre que les résultats de cette étude reflètent avec précision leur vécu et leurs besoins, qui se distinguent à certains égards de ceux des femmes. Il est cependant à noter que les invitations à participer au questionnaire s'adressaient aux femmes et que le questionnaire a été conçu pour cibler les défis vécus par celles-ci. Il est donc possible que le nombre de personnes rejointes par ces invitations et ayant coché la réponse « non-binaires » ou « en questionnement » se soit vu limiter par ces invitations et que ces personnes ne se soient pas senties aussi directement concernées par les questions.

Nos recherches n'ont pas permis de trouver l'information permettant d'établir nombre total de femmes œuvrant professionnellement dans l'industrie musicale canadienne francophone (population totale visée). Par conséquent, le plan d'échantillonnage consistait à obtenir le maximum de réponses au questionnaire auprès de la population visée, avec un objectif établi par la Fondation Musicaction à 300 répondantes. Au total, 592 questionnaires ont été entièrement remplis et 591 ont servi à l'analyse. Comme nous n'avons pas pu établir la population totale visée, les résultats n'ont pas été pondérés. Cependant, et partant de l'estimation réalisée par la Fondation Musicaction, la quantité de réponses obtenues indique que les résultats brossent un portrait vaste de la population ciblée.

## MODE ET PÉRIODE DE COLLECTE

La collaboration de plusieurs organismes dans la diffusion de l'invitation à répondre au questionnaire a certainement rendu possible cette participation largement plus importante que ce qui était espéré. L'invitation a d'abord été relayée aux personnes abonnées à l'infolettre de la Fondation Musicaction (1486 adresses courriel). L'invitation et le lien ont également été publiés sur ses comptes Facebook, Twitter et Instagram, où ils pouvaient être relayés par toutes les personnes qui le souhaitaient. De plus, une trentaine d'organisations de l'industrie musicale francophone à travers le pays ont relayé cette invitation à leurs membres. La Fondation Musicaction a également transmis l'invitation directement par courriel à 641 femmes. La collecte en ligne a eu lieu du 17 novembre 2020 au 13 décembre 2020. La Fondation Musicaction a effectué deux rappels par infolettre (le 1<sup>er</sup> et le 10 décembre 2020), ainsi que sur Facebook, Instagram et Twitter le 30 novembre et le 11 décembre 2020.

## PROFIL DES RÉPONDANTES

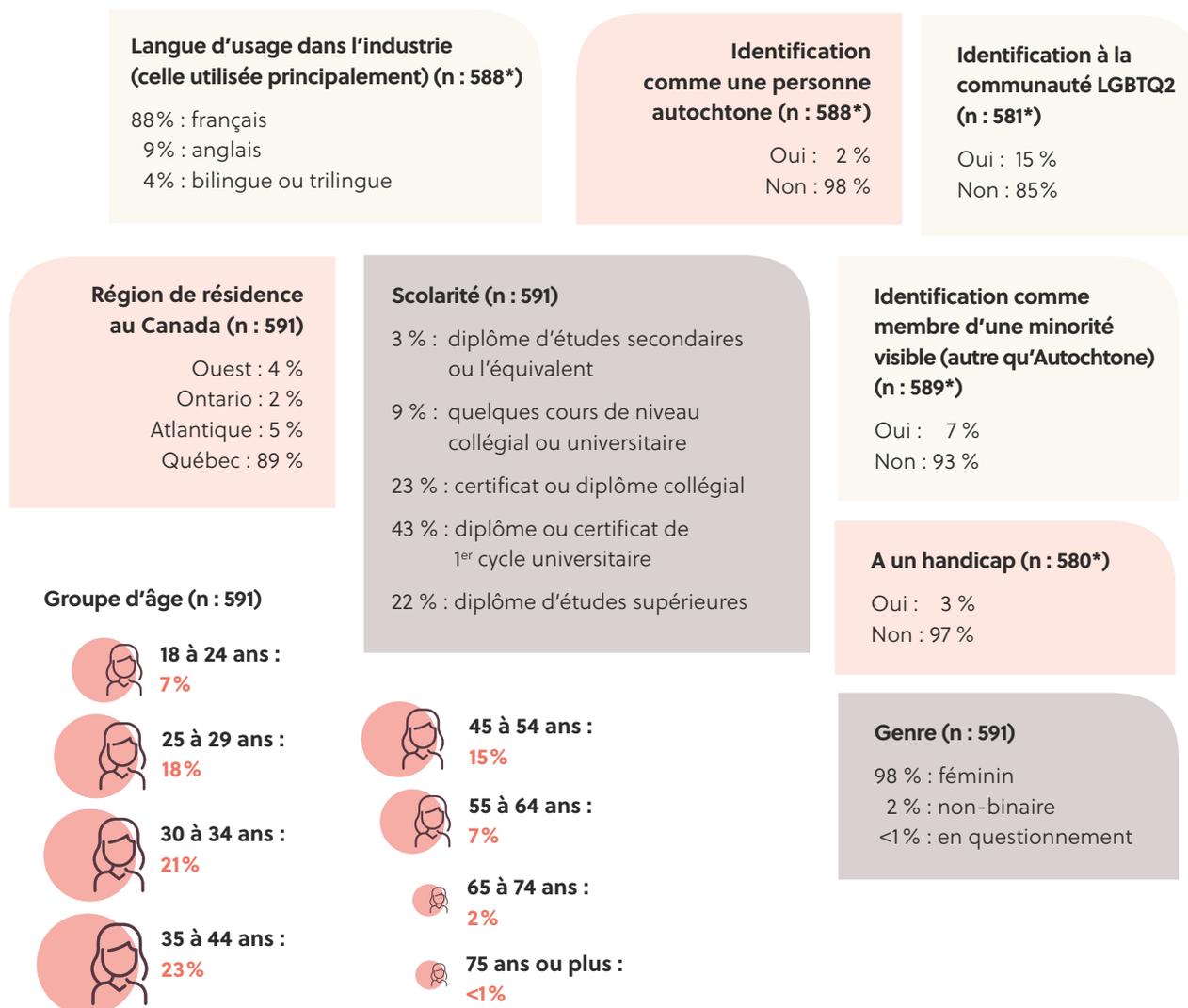
Cette large diffusion a permis d'atteindre une représentation intéressante de la diversité en matière d'âge, d'identification de genre, d'appartenance à une communauté culturelle et de région de résidence, comme le montre la **figure 1**. Dans le tableau suivant, certains totaux sont supérieurs à 100 % parce que plusieurs réponses étaient possibles pour la question de la langue maternelle et parce que certaines décimales ont été arrondies dans le cas d'autres résultats, par exemple à la question de la langue d'usage. Conformément au mandat premier de la Fondation Musicaction de soutenir le développement de la musique vocale francophone d'un bout à l'autre du Canada, le questionnaire est parvenu aux répondantes des communautés francophones en situation minoritaire de l'Ouest, de l'Ontario et de l'Atlantique<sup>52</sup>, qui totalisent 11 % des répondantes, soit 64 personnes. Les personnes non-binaires ou en questionnement de leur identité de genre représentent moins de 3 % de nos répondantes (1,7 % non-binaires arrondis à 2 % dans le tableau ci-dessous et 0,3 % en questionnement arrondi à <1 dans le tableau ci-dessous). Cela correspond à 12 personnes parmi lesquelles 8 ont pour statut professionnel principal **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** ou **Musicienne instrumentiste et/ou choriste**. Ensuite, 2 % (n : 9) de nos répondantes s'identifient comme personnes autochtones, 7 % (n : 40) comme membres d'une minorité visible autre qu'autochtone et 15 % (n : 86) à la communauté LGBTQ2+. Sans pouvoir approfondir les défis propres aux différents groupes minoritaires rejoints par le questionnaire, dont les réponses sont traitées avec l'ensemble, les résultats reflètent du moins partiellement cette diversité. De plus,

52. Dans le traitement des données du questionnaire, la catégorie Ouest inclut la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon. La catégorie Atlantique inclut le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador et l'Île-du-Prince-Édouard. Nous n'avons pas obtenu de réponses du Nunavut.

lorsque des différences statistiquement significatives<sup>53</sup> entre les groupes de répondantes (p. ex., groupe d'âge, identité de genre, région de résidence, statut professionnel) sont ressorties de l'analyse, elles sont mises en valeur dans le présent rapport.

### Figure 1 — Profil des répondantes au questionnaire

Base : ensemble des répondantes, n : 591. Pour certains items, l'astérisque (\*) indique la prise en compte de la non-réponse.



53. Seules les différences pertinentes, que ce soient des écarts supérieurs ou inférieurs, dont le niveau de confiance est d'au moins 95 % sont présentées comme statistiquement significatives.

Le mode de diffusion du questionnaire a aussi permis d'atteindre une représentativité en matière des principaux statuts professionnels, comme le montre la **figure 2**. Les répondantes dont le statut professionnel principal est **Artiste interprète/artiste interprète et autrice et/ou compositrice** forment la plus grande partie de notre bassin de répondantes (38 %, n : 221). Lorsqu'on leur demande d'indiquer les autres secteurs d'activités professionnelles auxquelles elles se consacrent dans l'industrie musicale canadienne francophone, ces 221 répondantes déclarent dans une proportion de 44 % se consacrer également à la production d'enregistrements sonores. Dans l'analyse de plusieurs variables, les mêmes tendances se dessinent pour ces répondantes que pour celles dont le statut professionnel principal est **Musicienne instrumentiste et/ou choriste** (8 %, n : 48) et, dans une moindre mesure, **Autrice et/ou compositrice (non-interprètes)** (3 %, n : 17). Les **Artistes interprètes/artistes interprètes et autrices et/ou compositrices** partagent avec les premières les tâches autour de la scène et, avec les secondes, la création, mais non la scène. Dans l'ensemble, les artistes de toutes catégories représentent 49 % de notre échantillon, soit 286 répondantes.

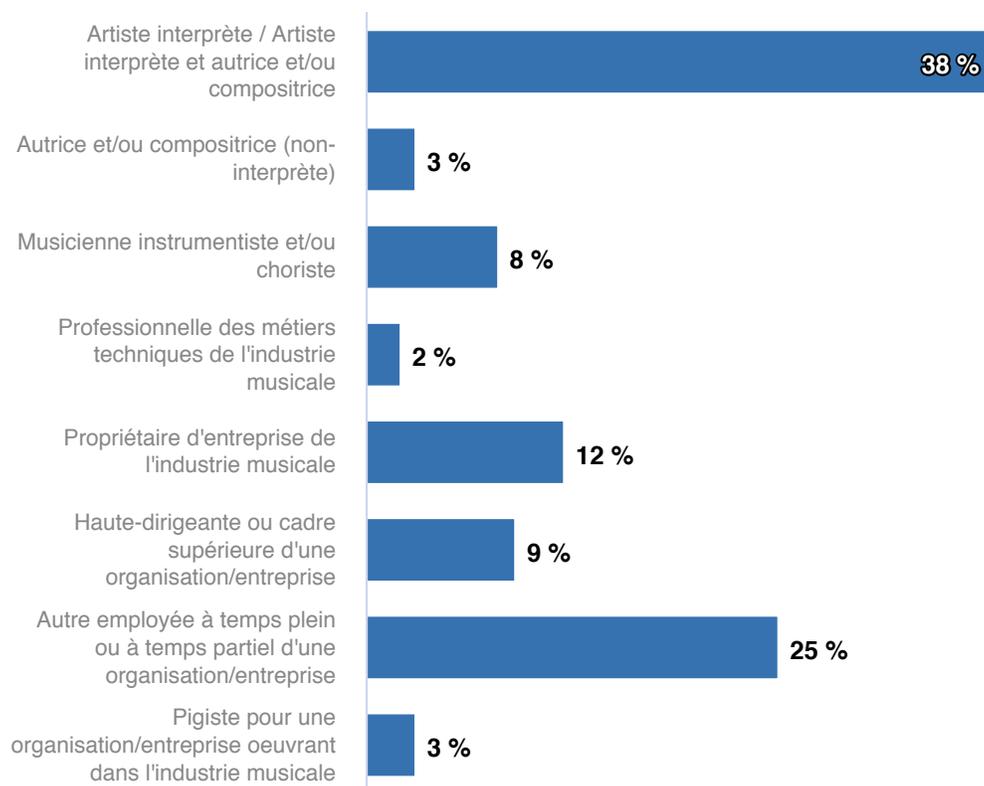
Le second groupe de répondantes le plus représenté est celui ayant pour principal statut professionnel **Autre employée à temps plein ou à temps partiel d'une organisation/entreprise** (25 %, n : 142). Ces 142 répondantes se retrouvent dans une proportion de 36 % dans des organisations dont l'activité principale est **Maison de disques et production d'enregistrements sonores**. Les répondantes dont le statut professionnel principal est **Propriétaire d'entreprise de l'industrie musicale** correspondent au troisième groupe de répondantes le plus représenté (12 %, n : 67). Leur entreprise a pour activité principale **Gérance d'artistes** dans une proportion de 30 % et **Production/agence de spectacles** dans une proportion de 22 %. La proportion de répondantes dont le statut professionnel principal est **Propriétaire d'entreprise** (12 %, n : 67) n'inclut cependant pas d'autres répondantes qui ont lancé une entreprise, sans qu'elles se désignent principalement comme propriétaires d'entreprise. Cette nuance apparaît clairement lorsqu'il est question d'entrepreneuriat dans la présentation des résultats. Suivent les **Hautes dirigeantes ou cadres supérieures**, qui représentent 9 % de notre échantillon (n : 55), sans que les résultats sur la nature des entreprises à la tête desquelles elles se retrouvent le plus se révèlent statistiquement significatifs. Enfin, 3 % (n : 17) des répondantes se déclarent **Pigistes**, tandis que seulement 2 % (n : 15) ont pour principal statut **Professionnelle des métiers techniques de l'industrie musicale**. Cette proportion n'inclut cependant pas d'autres répondantes qui exercent des tâches techniques sans qu'elles se désignent principalement comme professionnelles des métiers techniques. Cette nuance apparaît clairement lorsqu'il est question des tâches et responsabilités techniques dans la présentation des résultats.

## Figure 2 — Principaux statuts professionnels des répondantes au questionnaire

Base : ensemble des répondantes, sans la non-réponse, n : 585.

QA1A Quel est votre principal statut professionnel dans l'industrie musicale canadienne francophone? Nous entendons ici le statut auquel vous consacrez la majorité de votre temps dédié au travail.

(n : 585)



## DONNÉES ET ANALYSE

La firme SOM a traité les données du questionnaire à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Elle nous a présenté les résultats pour chacune des questions dans une bannière qui inclut l'ensemble des variables sociodémographiques. De plus, suivant les modèles explicatifs développés et raffinés au fil de la recension des écrits et des entretiens individuels, l'équipe de recherche a fourni un plan de traitement à la firme SOM. Ce plan de traitement visait à vérifier lors du traitement des données les relations entre certaines variables contenues dans le questionnaire, en plus des variables sociodémographiques automatiquement croisées avec l'ensemble des réponses aux questions.

Pour pouvoir traiter les réponses aux 25 questions ouvertes et semi-ouvertes et les inclure à la bannière, il était nécessaire de les coder numériquement. Le codage consiste à attribuer une étiquette assortie d'un code numérique à chaque unité de sens contenue dans ces réponses afin d'en faciliter le traitement (Fortin et Gagnon, 2016, p. 350). En fonction de la question posée, une unité de sens correspond à un élément de réponse à cette question, distinct des autres éléments contenus dans la même réponse, s'il y a lieu. Selon la longueur et la formulation de la réponse, ces unités de sens peuvent correspondre à un paragraphe, quelques phrases, une phrase seule, une expression ou même un mot (Dumez, 2013, p. 71). Le verbatim des réponses à ces 25 questions, qui totalise 2512 entrées allant d'un mot à 250 mots, a été entièrement codé par la chercheuse responsable et une auxiliaire de recherche dans un fichier Excel. La première étape du codage a consisté à découper le verbatim des réponses à chaque question en de telles unités de sens, puis à leur attribuer une étiquette, soit un ou quelques mots qui en résument l'essence (p. ex. : 1 = désir d'apprendre; 2 = besoins financiers, etc.). Selon leur longueur, chaque réponse pouvait contenir d'une à sept unités de sens. À mesure que les unités de sens se répétaient d'une réponse à l'autre, la seconde étape a consisté à réduire le nombre d'étiquettes avec la collaboration de la Fondation Musicaction, jusqu'à arriver à un nombre suffisamment grand pour refléter la diversité des réponses à chaque question, mais suffisamment restreint pour permettre de voir ressortir des tendances. Ces étiquettes sont ainsi devenues autant de thèmes non anticipés dans le questionnaire, que nous avons pu croiser aux autres variables du questionnaire.

## CALCUL DES MARGES D'ERREUR

**Définition de la marge d'erreur** – La marge d'erreur est une estimation de l'étendue que les résultats d'un sondage peuvent avoir si l'on recommence l'enquête. Plus la marge d'erreur est importante, moins les résultats sont fiables et plus la probabilité qu'ils soient écartés de la réalité est importante. La **figure 34** donne les marges d'erreur de l'étude tels que calculées par la firme SOM selon la valeur de la proportion estimée. Ces calculs utilisent les formules exactes d'estimation de la variance dans un contexte d'échantillonnage aléatoire simple dans une population infinie. Pour estimer la marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondantes ou pour un sous-groupe de répondantes, il suffit d'utiliser la formule suivante : 0,98 divisé par la racine carrée de  $n-1$  (la taille du sous-groupe, ici  $n$  : 591, moins un. La marge d'erreur maximale d'échantillonnage pour l'ensemble des répondantes est égale à 4,0 % ( $0,98/\sqrt{590}$ ) » (SOM, communication personnelle, 22 mars 2021).

Figure 34 — Calcul de la marge d'erreur selon la proportion estimée

	Ensemble
Nombre d'entrevues	591
Proportion :	
99 % ou 1 %	0,8 %
95 % ou 5 %	1,8 %
90 % ou 10 %	2,4 %
80 % ou 20 %	3,2 %
70 % ou 30 %	3,7 %
60 % ou 40 %	3,9 %
50 % (marge maximale)	4,0 %

**Mise en garde au niveau de la marge d'erreur** — Malgré l'utilité du calcul de la marge d'erreur pour mesurer la précision des résultats du questionnaire, la firme SOM avance que « le calcul des marges d'erreur est impossible en théorie du fait que l'échantillon des répondantes obtenues ne provient pas d'un tirage aléatoire probabiliste dans des listes, mais de plusieurs organismes qui ont relayé les invitations à répondre. Un biais est donc possible » (SOM, communication personnelle, 26 janvier 2022).

**Test d'indépendance entre deux variables catégoriques** – Dans les tableaux de proportions en bannière fournis par la firme SOM, où les résultats de chacune des questions sont croisés avec les variables sociodémographiques, les résultats des tests du Khi carré sont présentés pour chaque croisement entre deux variables. Chaque résultat comporte habituellement un chiffre entre 0,000 et 1,000 : « Le chiffre indique la probabilité qu'il n'y ait pas de relation entre les variables de croisement (le risque d'erreur de l'hypothèse d'indépendance). Un chiffre près de zéro, par exemple 0,01, indique une très faible probabilité (1 %) qu'il n'y ait pas de relation et par le fait même une forte chance de l'existence d'une relation entre les variables. Usuellement, si le risque d'erreur est inférieur ou égal à 0,05, on dira qu'il y a relation significative entre les deux variables avec un niveau de confiance de 95 % » (SOM, communication personnelle, 10 mars 2021). Avec un niveau de confiance de 90 %, on dit des résultats qu'ils sont moins significatifs.

#### Étape 4 : groupes de discussion

Le traitement de l'ensemble des réponses au questionnaire a permis de voir se dessiner des tendances en matière de défis, mais aussi de pistes de solution à approfondir en groupes de discussion. En effet, « à la suite d'une étude quantitative, le groupe de discussion permet d'établir des causes ou les sentiments sous-jacents à certaines des réponses obtenues ou, carrément, d'expliquer certains résultats » (Geoffrion, 2008, p. 398). Comme l'exprime Geoffrion (2008, p. 392), il est souvent plus important, en recherche, de comprendre les motifs d'une réponse que d'obtenir la réponse elle-même. Tandis que le questionnaire nous permet de savoir quels défis existent, le groupe de discussion donne la possibilité de mieux comprendre pourquoi ces défis existent, en demandant des explications au sujet des réponses fournies et en relevant des expériences vécues ayant mené à l'énoncé de ces défis. C'est à partir de là qu'on peut envisager des pistes de solution y répondant. En réunissant plusieurs personnes autour de ces défis, grâce à des interactions encadrées, une dynamique se crée où les énoncés des uns peuvent engendrer des réactions et encourager la discussion des autres.

Nous avons tenu six groupes de discussion au printemps 2021. Les quatre premiers groupes réunissaient des femmes d'un même corps professionnel du secteur musical canadien francophone. Elles répondaient à des caractéristiques qui, selon les tendances ressorties du questionnaire, permettraient d'approfondir des thèmes tels que l'accès à ces professions, la conciliation travail-vie personnelle, l'exercice du leadership, l'accès à des sièges aux conseils d'administration, l'aisance dans l'exercice des tâches liées à sa profession et la durabilité des carrières. Les répondantes étaient toujours invitées à imaginer des solutions visant à répondre à d'éventuelles difficultés liées à ces thèmes. Les deux derniers groupes visaient explicitement à élaborer, dans un esprit de remue-méninges, des pistes de solution pour répondre aux principaux défis et barrières soulevés dans le questionnaire et les quatre premiers groupes de discussion. Ainsi, toutes les pistes de solution contenues dans ce rapport sont celles qui ont émergé de personnes qui œuvrent professionnellement dans le secteur musical canadien francophone.

## ÉCHANTILLONNAGE

Nous avons constitué chaque groupe de discussion de 6 à 9 personnes suivant d'abord la méthode d'échantillonnage orienté et stratifié (Patton, 1990, dans Miles et Huberman, 2003, p. 60). Pour chaque corps de métier et pour chaque thématique s'y rapportant, la chercheuse responsable a fourni à la Fondation Musicaction une liste de caractéristiques, suivant les groupes de personnes dans lesquels ces thématiques se révèlent de façon plus évidente selon l'analyse des réponses au questionnaire. Il revenait ensuite à la Fondation Musicaction d'identifier des personnes correspondant à chacune de ces caractéristiques, puis à les inviter à participer aux groupes de discussion. Le choix se portait sur des personnes capables d'exprimer le phénomène avec intensité, mais sans caractère extrême, suivant la méthode d'échantillonnage d'intensité (Patton, 1990, dans Miles et Huberman, 2003, p. 60). Une cinquantaine de personnes ont été sollicitées pour cette étape de l'étude. La presque totalité de ces personnes a accepté d'emblée de participer aux groupes de discussion et celles qui ont décliné l'invitation l'ont fait pour des raisons de disponibilités au moment où se tenaient ces discussions. Au total, 45 personnes se sont ainsi exprimées à l'occasion de 6 groupes de discussion d'une durée moyenne de deux heures. Parmi ces personnes, 15 proviennent des communautés francophones en situation minoritaire. Outre des femmes, les groupes ont inclus quelques personnes représentatives de la diversité de genre et des hommes, afin d'entendre leurs voix sur ces défis, barrières et pistes de solution.

## DONNÉES ET ANALYSE

Plus de douze heures de groupes de discussion, menées par la chercheuse principale, accompagnée de deux représentantes de la Fondation Musicaction et d'une auxiliaire de recherche, ont été transcrites mot pour mot. Leur analyse thématique dans le logiciel NVivo a permis d'enrichir notre compréhension des résultats obtenus par questionnaire en fournissant aux thématiques soulevées par les réponses au questionnaire des explications approfondies et nuancées. Les pistes de solution formulées à l'écrit dans les réponses au questionnaire ont pu être approfondies, bonifiées et parfois même pensées sous forme concrète. Les échanges qui ont eu lieu à l'occasion de ces groupes de discussion ont aussi permis à des femmes de se retrouver autour de questions qui les touchent de façon semblable.

## Éthique de la recherche

Les étapes de l'étude ayant fait l'objet de collecte de données auprès d'êtres humains (les entretiens individuels semi-dirigés exploratoires, le questionnaire et les groupes de discussion) ont été encadrées par une certification éthique du *Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains* (CIEREH) de l'Université du Québec à Montréal. En vertu de cette certification, nous avons informé à toutes ces étapes les répondantes et répondants des objectifs de l'étude et de la nature de leur participation. Nous leur avons exposé les avantages qu'elles et ils pourraient retirer de cette étude, en matière d'expression et d'échanges d'idées, de défis, de pistes de solutions, ainsi que de retombées pour l'industrie musicale canadienne francophone. Nous leur avons aussi énuméré les inconvénients potentiels liés à leur participation à cette étude, notamment les émotions désagréables que le récit de leurs expériences de vie pourrait raviver, et avons mis à leur disposition une liste de ressources d'aide psychologique et professionnelle. Nous avons clarifié que leur participation à ce projet était volontaire, sans aucune contrainte ou pression extérieure, et que toute personne y participant était libre de se retirer à tout moment de l'étude, temporairement ou définitivement, sans préjudice et sans avoir à se justifier. Nous avons tenu à affirmer que la décision de participer à la recherche ou de s'en retirer n'aurait aucune incidence sur l'évaluation d'éventuelles demandes formulées dans le cadre des programmes que gère la Fondation Musicaction.

La certification éthique engage les membres de l'équipe de recherche à assurer l'entière confidentialité de tous les renseignements recueillis dans le cadre de cette étude, ainsi qu'à ne jamais associer les réponses des personnes y participant à leur nom ou à aucun autre renseignement permettant de les identifier. Cela vaut autant dans les données brutes que dans les publications ou communications sur la recherche. Nous détaillons de plus dans cette certification les moyens pris pour conserver les données sans compromettre cette confidentialité. À la lumière de cette information et après avoir pu poser leurs questions, les personnes participant à l'étude donnaient leur consentement à y participer et, dans les cas des entretiens et groupes de discussion, leur consentement à l'enregistrement de leurs propos. Lors des groupes de discussion, les participantes et participants signaient en outre un engagement à garder confidentiels les propos partagés par les autres personnes participant au groupe de discussion et à ne pas identifier nominalement des personnes avec lesquelles elles sont en contact ni à partager des informations qui permettraient aux membres du groupe de les identifier.

Par cette certification éthique du CIEREH, cette étude respecte les normes éthiques les plus rigoureuses, dans le respect de la dignité humaine et des préoccupations qui en découlent (le respect de la personne, la préoccupation du bien-être et la justice)<sup>54</sup>.

54. Pour plus de détails, voir le site Web du *Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains* (CIEREH) de l'Université du Québec à Montréal : <https://ciereh.uqam.ca>.



Ce projet a été rendu possible grâce au gouvernement du Canada