



Les candidats doivent remplir cette page puis remettre cette chemise accompagnée de la version finale de leur mémoire à leur superviseur.

Numéro de session du candidat			
Nom du candidat			
Code de l'établissement			
Nom de l'établissement			
Sessions d'examens (mai ou novembre)	Mai	Année	2013

Matière du Programme du diplôme dans laquelle ce mémoire est inscrit : anthropologie sociale  
(Dans le cas d'un mémoire de langue, précisez la langue et s'il s'agit du groupe 1 ou 2.)

Titre du mémoire : Développement d'une scène indie à Montréal :  
compréhension du phénomène

### Déclaration du candidat

Cette déclaration doit être signée par le candidat, sans quoi aucune note finale ne pourra être attribuée.

Le mémoire ci-joint est le fruit de mon travail personnel (mis à part les conseils permis par le Baccalauréat International que j'ai pu recevoir).

J'ai signalé tous les emprunts d'idées, d'éléments graphiques ou de paroles, qu'ils aient été communiqués originellement par écrit, visuellement ou oralement.

Je suis conscient que la longueur maximale fixée pour les mémoires est de 4 000 mots et que les examinateurs ne sont pas tenus de lire au-delà de cette limite.

Ceci est la version finale de mon mémoire.

Signature du candidat :

Date :

## Rapport et déclaration du superviseur.

*Le superviseur doit remplir ce rapport, signer la déclaration et remettre au coordonnateur du Programme du diplôme la version définitive du mémoire dans la présente chemise.*

Nom du superviseur [en CAPITALES]

*Le cas échéant, veuillez décrire le travail du candidat, le contexte dans lequel il a entrepris sa recherche, les difficultés rencontrées et sa façon de les surmonter (voir les pages 13 et 14 du guide Le mémoire). L'entretien de conclusion (ou soutenance) pourra s'avérer utile pour cette tâche. Les remarques du superviseur peuvent aider l'examineur à attribuer un niveau pour le critère K (évaluation globale). Ne faites aucun commentaire sur les circonstances personnelles défavorables qui auraient pu affecter le candidat. Si le temps passé avec le candidat est égal à zéro, vous devrez l'expliquer et indiquer comment il vous a été possible de vérifier que le mémoire était bien le fruit du travail du candidat en question. Vous pouvez joindre une feuille supplémentaire si l'espace fourni ci-après est insuffisant.*

*Cette déclaration doit être signée par le superviseur, sans quoi aucune note finale ne pourra être attribuée.*

J'ai lu la version finale du mémoire qui sera envoyée à l'examineur.

À ma connaissance, le mémoire constitue le travail authentique du candidat.

J'ai consacré  heures d'encadrement au candidat pour ce mémoire.

Signature du superviseur :

Date :

## Formulaire d'évaluation (réservé à l'examinateur)

Critères d'évaluation	Niveau					
	L'examinateur 1	Max.	L'examinateur 2	Max.	L'examinateur 3	
A Question de recherche	2	2	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>	
B Introduction	2	2	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>	
C Recherche	4	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
D Connaissance et compréhension du sujet étudié	4	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
E Raisonnement	4	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
F Utilisation des compétences d'analyse et d'évaluation adaptées à la matière	3	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
G Utilisation d'un langage adapté à la matière	4	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
H Conclusion	2	2	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>	
I Présentation formelle	4	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
J Résumé	1	2	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>	
K Évaluation globale	3	4	<input type="text"/>	4	<input type="text"/>	
Total sur 36		33	<input type="text"/>		<input type="text"/>	

3976 mots

Numéro de Candidat :

***Développement d'une scène indie à Montréal: compréhension du phénomène***

Travail présenté à  
L'Organisation du Baccalauréat International

Le lundi 21 janvier 2013

## Remerciements

*J'aimerais remercier \_\_\_\_\_, superviseuse de ce mémoire, qui, malgré ses réticences initiales, a su voir, même mieux que moi, l'importance d'étudier un tel sujet. Son support et ses connaissances ont été nécessaire à la réalisation de ce mémoire. Je voudrais également souligner le temps qu'elle m'a accordé afin de me transmettre son immense savoir d'analyse et de compréhension, l'une des choses que la réalisation de ce travail m'a le plus apporté.*

*J'aimerais également remercier les gens qui ont pris de leur précieux temps à partager leurs expériences et observations via les entrevues. Ils sont le fondement même de l'accomplissement de ce travail.*

## Lexique\*

*Indie*: Style de musique qui se veut expérimental et cherche à ne pas se limiter par des principes artistiques. Le nom provient du mot anglais *independance*. On parle aussi parfois de *indie rock*, surtout lorsque le style est près du *rock*. Il inclut plusieurs sous-styles, s'inspire à la fois de la *pop*, du *rock*, de l'*electro*, du *punk* et du *post-rock*.

*Underground*: ensemble des styles musicaux n'ayant qu'une très faible visibilité médiatique et qui sont hors de la culture populaire.

\* *Ces définitions sont inspirées des articles Wikipedia (en anglais) des mots et sont considérées comme valides, elles proviennent d'un site qui permet une modification par l'ensemble des intéressés.*

## Résumé

*Montréal a connu une explosion de talent dans la dernière décennie qui lui a conféré une réputation internationale pour la qualité et l'ouverture de sa scène musicale. La recherche tente de comprendre la communauté musicale qui s'est établie dans la ville et de définir quelques-unes des caractéristiques qui la rendent aussi vivante par rapport à d'autres endroits, particulièrement Québec. Pour ce faire, ce mémoire présente une étude du public de la ville, des outils qu'elle offre au musiciens ainsi que les musiciens eux-mêmes. Une étude des produits qu'elle a engendrés, à savoir les groupes et leurs albums, nous amène à mieux définir la différence de ce qui anime la communauté musicale montréalaise. Ces points, qui servent à dresser un portrait de la dynamique de la ville, sont considérés comme des indicateurs de sa personnalité. Le travail se termine sur une analyse de ces données et marque ce que les indicateurs ont fait de Montréal en encadrant la culture qui s'y est développée.*

## **Table des matières**

<b>Problématisation et Méthodologie.....</b>	<b>p. 6</b>
<b>1 Ville Comparative - Québec versus Montréal.....</b>	<b>p. 7</b>
<b>2 Scène montréalaise - Ses indicateurs.....</b>	<b>p. 7</b>
2.1 Le public.....	p. 7
2.2 Les Salles de Spectacle.....	p. 9
2.3 Les Musiciens.....	p. 10
2.4 Historique musical.....	p. 10
<b>3 Trois groupes de la scène montréalaise.....</b>	<b>p. 11</b>
3.1 Arcade Fire.....	p. 11
3.2 The Unicorns.....	p. 12
3.3 Godspeed You! Black Emperor.....	p. 13
3.4 Observations.....	p. 14
<b>4 Analyse des données - Discussion.....</b>	<b>p. 14</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>p. 16</b>
<b>Médiagraphie.....</b>	<b>p. 18</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>p. 22</b>

## Problématisation

Le Québec perçoit sa métropole souvent comme le centre artistique de la francophonie en Amérique. C'est l'idée qui est diffusée depuis longtemps et l'appui gouvernemental à cette industrie nous le prouve assez aisément<sup>1</sup>. Toutefois, Montréal a aussi une communauté *indie* de musiciens et d'amateurs hors de cette vague, plus *underground*, acclamée partout dans le monde par les plus grands critiques internationaux. L'impact artistique qu'a eu la musique montréalaise sur l'ensemble de l'industrie est considérable et a contribué en grande partie au développement de la musique *indie*. Les groupes qui en proviennent sont maintenant innombrables et continuent toujours d'affluer vers une ville qui a maintenant autant son importance dans le domaine que New-York et Seattle en Amérique du Nord.

Ce mémoire voudra tenter de borner cette communauté culturelle, de comprendre ce qui la motive, qui la constitue et pourquoi la ville est devenue aussi importante pour les artistes. Il tentera de voir si Montréal possède des caractéristiques différentes des autres villes pour tenter d'en ressortir des pistes de compréhension.

Les hypothèses qui ressortent le plus souvent chez les journalistes et les professionnels du milieu sont celles de la diversité culturelle de Montréal; elle favoriserait, à leur avis, le bouillonnement nécessaire aux créateurs pour faire un art exceptionnel. Cet aspect est parfois traité positivement (les échanges culturels favorisent la création)<sup>2</sup> ou négativement (l'isolation culturelle favorise la création)<sup>3</sup>. Certains ajoutent que la ville a une culture musicale déjà exceptionnelle et que les ressources pour les artistes y sont plus nombreuses et favorisent mieux l'émergence de tels artistes par leur esprit moins commercial<sup>4</sup>. Ceci constituera donc l'hypothèse de départ.

Pour répondre à ces questionnements, plusieurs méthodes anthropologiques seront utilisées, à commencer par l'observation participante, à titre de spectateur. De cette manière, il sera facile de comprendre les gens qui apprécient la musique et de ressentir l'ambiance qui règne dans les salles. Cette méthode sera utilisée spécifiquement pour comparer des villes ensemble et cerner les indicateurs afin d'y relever des différences.

Comme il y a plusieurs acteurs dans l'industrie musicale, l'enquête par informateurs est quasi nécessaire. Des entrevues semi-dirigées pourront exploiter le savoir et l'expérience, parfois de longue date, de plusieurs professionnels de la musique. Ainsi,

---

<sup>1</sup> P. ALARIE, *Chanson et identité: Étude de la chanson émergente au Québec*, 2008, Université du Québec à Montréal, p. 125

<sup>2</sup> VOIR, *Choisir Montréal pour créer*, chronique culturelle de Olivier Robillard, Télé-Québec, diffusé le mercredi 9 mars 2011 à 21 heure, 7:45

<sup>3</sup> QUESTION DE SOCIÉTÉ, *From Montréal*, reportage de Yannick B. Gélinas, Télé-Québec, diffusé le lundi 29 octobre 2012 à 21 heure, 60 minutes

<sup>4</sup> VOIR, *op. cit.*

les gens directement en contact avec la communauté de musiciens et d'amateurs, à savoir les magasins de musique (autant d'enregistrements que d'instruments) et les tenanciers de bars où ils se rassemblent seront des atouts majeurs à la recherche. Ces outils serviront à monter une courte monographie de la communauté musicale montréalaise, car les données sont actuellement manquantes pour en établir l'analyse.

## **Ville comparative - Québec versus Montréal**

Avoir assisté à des spectacles permet de relever des différences notables avec le public de Montréal. Les gens qui regardent le spectacle le font souvent assis à Québec, tandis que Montréal le fait debout. On peut suspecter une contrainte technique, car bien que les salles sont pleines à Québec, elles sont la plupart du temps bondées à Montréal. Nous devons noter également que ceci fait en sorte que beaucoup moins de gens se laisse entraîner par la musique. Montréal danse, fredonne, brasse la tête, tandis que les auditeurs assis de Québec regardent avec un air contemplatif et tape parfois du pied. Et même lorsqu'il est debout, le public québécois n'a pas le même dynamisme que les montréalais. Québec semble utiliser les spectacles comme prétexte pour faire la fête, sortir, mais Montréal est très sérieux dans son écoute. Ceci se voit notamment par l'habillement plus chic des gens de Québec<sup>1</sup>.

## **Scène montréalaise - Ses indicateurs**

L'effervescence musicale d'une ville est sans contredit favorisée par certaines différences qu'elle possède. Quatre aspects seront utilisés pour esquisser la communauté musicale montréalaise.

### **Le Public**

Le public a un effet majeur sur une scène musicale. C'est en effet lui qui, en grande partie, diffusera des découvertes à son réseau social<sup>2</sup>, qui lui-même, après une écoute ou une assistance à un concert, fera de même. Sa place est d'autant plus importante dans la reconnaissance de nouveaux artistes sur une scène presque totalement indépendante, car l'industrie de la musique *underground* se tient généralement loin des radios commerciales à diffusion musicale massive et des caméras de télévision<sup>3</sup>. Il ne reste souvent que l'outil le plus primitif de publication: la communication entre individus - le *bouche-à-oreille*.

---

<sup>1</sup> Les données de ce paragraphe proviennent de l'annexe 9

<sup>2</sup> E. ROSENDO, *Marché de la musique et programmation de concerts: un jeu d'acteurs complexe pour maintenir un équilibre fragile*, 2007, Université Lumière de Lyon, p.34

<sup>3</sup> Voir l'annexe 5

Montréal a un public particulier. Luc Bédard de l'Oblique, propriétaire d'un magasin de CD et de LP, fait une remarque intéressante, lorsqu'il parle des raisons qui poussent les étiquettes indépendantes à venir s'établir dans la ville: «*Y'en a pas mal [en parlant des étiquettes indépendantes], beaucoup à cause des quatre universités à mon avis; y'a beaucoup de jeunes à Montréal*»<sup>1</sup>. Il semble que le public soit principalement étudiant, même par les observations faites dans les salles de spectacle<sup>2</sup>. C'est compréhensible, vu les faibles contraintes temporelles et sociales de leur vie et souvent une tendance à vouloir sortir, s'amuser. Cette scène ne présente également pas les mêmes contraintes financières que les autres activités culturelles ont, surtout lorsque l'on se trouve dans le centre-ville d'une grande métropole: les billets au théâtre, au cinéma et dans les concerts plus conventionnels sont l'équivalent de trois ou quatre de ces soirées, en plus de ne pas permettre de socialiser.

C'est un élément important qui est soulevé de par la constitution du public. En effet, selon Marc Saint-Laurent, administrateur du *Café Campus*, l'influence des médias montréalais sur la découverte de nouveaux artistes est presque inexistante à Montréal: «C'est quand la dernière fois qu'on a entendu une radio populaire [...] dire «*aille, hier soir j'ai été voir un show dans un ptit bar au ptit campus, y'avait un band écoeurant pis y'avait 40 personnes*»». Le rôle de partager la musique à plus grande échelle devient celui du public. C'est un public qui semble plus outiller qu'avant pour atteindre d'autres qui pourraient s'y intéresser. En effet, les réseaux sociaux permettent de partager des découvertes avec des gens près de ceux qui les ont entendus la première fois; des gens qui, fort probablement, ont des goûts musicaux beaucoup plus près que ceux d'un animateur de radio ou d'un chroniqueur qui leur est personnellement inconnu. Les statistiques de la circulation de la musique sur Internet montrent que Montréal est à la fin de l'entonnoir de la diffusion de musique en Amérique, recevant ainsi la musique produite partout sur le continent et la diffusant aussi plus rapidement qu'ailleurs<sup>3</sup>.

Un autre fait est la largeur du public montréalais, qui n'est pas limité à une seule réalité linguistique. En exposant la musique aux anglophones, aux francophones et même aux allophones en même temps, l'auditoire est multiplié. Ils élargissent le réseau d'amateurs que les artistes peuvent rejoindre en plus de permettre aux artistes de pouvoir atteindre différentes perspectives de leur musique; on augmente les chances de se faire connaître, de se faire apprécier et les possibilités d'approches musicales.

---

<sup>1</sup> Voir l'annexe 8

<sup>2</sup> Voir l'annexe 9

<sup>3</sup> C. LEE et P. CUNNINGHAM, *The Geographic Flow of Music*, 2012, Université de Berlin, p. 5, <http://arxiv.org/pdf/1204.2677.pdf>,

## Les salles de spectacle

Il est clair que le public cible des artistes devient naturellement celui qui fréquente les endroits où ils vont se produire; pour la musique indépendante, ce sont plus souvent qu'autrement des bars, déjà fréquentés par les étudiants . Plusieurs fournissent une scène facile d'accès pour des artistes qui tentent de faire leurs premiers pas dans leur propre ville, comme le fait la *Casa Del Popolo*, avec une scène totalement gratuite<sup>1</sup>, ou encore permettent l'audace aux groupes locaux et à des artistes de l'extérieur de franchir un pas dans la ville, comme le *Café Campus*, qui fonctionne généralement par un système de location <sup>2</sup>.

Les deux sont favorables à l'émergence d'artistes de la scène locale. En effet, une scène gratuite permet de se produire à des coûts presque nuls. Elle demande une organisation moins souple, car elle inclut une sélection des groupes d'abord, la demande étant généralement très forte pour ce type de salle<sup>3</sup>. Une scène à louer l'est tout autant, surtout pour des artistes qui commencent à s'établir, car elle permet aux artistes d'obtenir une scène de qualité et d'ainsi produire une meilleure impression sur les auditeurs. Les propriétaires leur laissent plus de souplesse, car elles sont moins demandées et déjà payante, peu importe l'achalandage<sup>4</sup>

Il ne faut pas se cacher que ces types de scènes sont des bars et que c'est le lieu de prédilection des étudiants et des artistes<sup>5</sup>. Le public idéal pour la diffusion d'une nouvelle musique est donc directement atteint de par ce fait. La musique produite à Montréal se fait directement dans ceux-ci, bars qui ont, pour la plupart du temps, déjà un public cible étudiant, un marché large que se disputent les établissements. Ceux où se sont produits les artistes qui ont émergé rayonnent de par leur authenticité, leur déconnexion par rapport aux préjugés et la liberté qu'ils laissent aux clients. Les vieux divans sales, les planchers croches, la décoration laissant à désirer leur apportent un charme. Ce sont des endroits clairement anticonformistes auxquels les jeunes artistes et les spectateurs peuvent se retrouver et les utiliser comme des exutoires. Toutefois, à la *Casa Del Popolo*, on dit que ce type d'endroit n'est pas unique : « *On avait toujours une vision de faire comme d'autres salles en Amérique du Nord et en Europe qui ont cet esprit d'indépendance et de créativité* »<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Voir l'annexe 7

<sup>2</sup> Voir l'annexe 5

<sup>3</sup> Voir l'annexe 7

<sup>4</sup> Voir l'annexe 7

<sup>5</sup> LE TÉLÉJOURNAL, *Le son de Montréal*, reportage de Louis-Philippe Ouimet, Radio-Canada, diffusé le 26 octobre 2012, [en ligne], [page consultée le 27 octobre 2012], <http://www.radio-canada.ca/emissions/telejournal/2012-2013/Reportage.asp?idDoc=252976>

<sup>6</sup> Voir l'annexe 7

## Les musiciens

Beaucoup de ceux-ci proviennent d'un peu partout en Amérique du Nord. Si on vérifie parmi les artistes les plus appréciés internationalement, une majorité ne sont pas montréalais d'origines: Arcade Fire en grande partie<sup>1</sup>, Half Moon Run vient d'un peu partout au Canada<sup>2</sup>, Grimes n'est pas montréalaise<sup>3</sup>, Wolf Parade non plus<sup>4</sup>. Toutefois, ce n'est pas une limite selon Michel Meunier, commis à l'Oblique: «*C'est quand même une réalité de la vie montréalaise, qu'il y a une partie de la population qui est anglophone et une partie qui est francophone. Ça nourrit la créativité ou les idées. Il y a plein de gens de l'extérieur qui viennent étudier ici qui décident de s'établir à Montréal et puis souvent, il y aura peut-être des francophones dans leur band, ils rencontrent du monde. Et puis souvent, ceux de l'extérieur, on sent souvent qu'ils veulent plus apprendre le français que ceux qui sont pure-laine, qui ont grandi ici. C'est sûr que ça fait quelque chose d'un peu unique.[...] Ça, ça joue selon moi*»<sup>5</sup>.

## Historique musical

Si on sait que plusieurs artistes apportant leur propre univers viennent à Montréal, la culture musicale locale est déjà très importante aussi, diversifiée et d'une richesse notable. Lorsqu'on analyse la musique de Québec, on remarque une appréciation majeure du *metal*, du *punk* et du *hard rock*, et ce, depuis assez longtemps<sup>6</sup>. Montréal ne présentait rien d'aussi clair avant la vague d'*indie* des années 2000. Certaines sources citent que Montréal était, dans les années 90, dans le même courant que Québec actuellement<sup>7</sup>, alors que l'on sait que le *rap* a eu son heure de gloire également<sup>8</sup>. Les festivals de jazz et des nuits d'Afrique, qui existent depuis

---

<sup>1</sup> THE GRAMMYS, *Arcade Fire in the media center after winning Album of the Year!*, Youtube, [en ligne], [page consultée le 17 janvier 2013], <http://www.youtube.com/watch?v=ce0jkn10YM>

<sup>2</sup> INDICA RECORDS, *Half Moon Run - Biographie*, [en ligne], [page consultée le 19 décembre 2012], <http://halfmoonrun.indica.mu/fr/biographie/>

<sup>3</sup> M. LEDERMAN, *Claire Boucher as Grimes: the coolest girl in Canada*, The Globe And Mail, publié le 30 juillet 2012, [en ligne], [page consultée le 3 janvier 2013], <http://www.theglobeandmail.com/arts/music/claire-boucher-as-grimes-the-coolest-girl-in-canada/article4450330/>

<sup>4</sup> D. EBNER, *After final Vancouver show, Wolf Parade splitting up the pack (for now)*, The Globe And Mail, publié le 31 mai 2012, [en ligne], [page consultée le 3 janvier 2013], <http://www.theglobeandmail.com/arts/music/after-final-vancouver-show-wolf-parade-splitting-up-the-pack-for-now/article581632/>

<sup>5</sup> Voir l'annexe 8

<sup>6</sup> Voir l'annexe 3

<sup>7</sup> I. MATTE, *Rite de passage en contexte moderne: l'exemple de la scène musicale underground montréalaise*, 2000, Université Laval, p.47

<sup>8</sup> L. K. BLAIS, *Le rap comme lieu: ethnographie d'artistes de Montréal*, 2009, Université de Montréal, p. III

respectivement 1980<sup>1</sup> et 1987<sup>2</sup> , montrent la richesse de deux autres styles dans la ville. La richesse de la vie culturelle de Montréal est, somme toute, quelque chose de bien établie partout dans le monde<sup>3</sup> .

## Trois groupes de la scène montréalaise.

Pour mieux comprendre la nature de la ville de Montréal en tant que ville de la musique, il est bon d'étudier le produit brut pour tenter d'en ressortir des caractéristiques communes.

### Arcade Fire

Le band que tous retiendront dans le domaine de la musique indépendante, c'est l'emblème Arcade Fire. Formé de partout en Amérique<sup>4</sup>, ils se sont toujours concentrés sur la musique et s'éloignent le plus possible des médias<sup>5</sup>.

Les banlieues marquent la musique du groupe dans son ensemble: un album, *The Suburbs*, est consacré totalement à la vie dans ce type d'arrangement urbain et l'album *Funeral* est construit autour des quatre pièces musicales *Neighborhood*. L'intégration de la culture québécoise, même si, officiellement, une seule des membres provient de la province, est notable dans le premier album. On y parle de la crise du verglas de 1998 dans *Neighborhood #3*<sup>6</sup> ainsi que de la neige en abondance et les cheminées dans *Neighborhood #1: And if the snow buries my, My neighborhood*<sup>7</sup> . La politique est constamment présente également: *Wake Up* fait état d'un malaise politique et demande

---

<sup>1</sup> FESTIVAL DE JAZZ, *Historique*, [en ligne], [page consultée le 26 octobre 2012], <http://www.montrealjazzfest.com/historique/Default.aspx>

<sup>2</sup> NUITS D'AFRIQUE, *À propos*, [en ligne], [page consultée le 26 octobre 2012], <http://www.festivalnuitsdafrique.com/productions-nuits-dafrique/apropos>

<sup>3</sup> J.-S. BARRIAULT, *De la montréalité; l'émergence de Montréal comme lieu de référence*, 2007, Université Laval, p. 30

<sup>4</sup> THE GRAMMYS, *Arcade Fire in the media center after winning Album of the Year!*, Youtube, [en ligne], [page consultée le 17 janvier 2013], <http://www.youtube.com/watch?v=ce0jkvn10YM>

<sup>5</sup> VOIR, *Interview avec Arcade Fire*, entrevue, Sébastien Diaz, Télé-Québec, diffusé le mercredi 8 septembre 2010 à 21 heures, [en ligne], [page consultée le 12 novembre 2012], <http://www.youtube.com/watch?v=FgnNmX5Q4TI>

<sup>6</sup> J. KELLY, *The Arcade Fire*, Splendid, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://www.splendidmagazine.com/features/arcade/>

<sup>7</sup> ARCADE FIRE, *Neighborhood #1* dans *Funeral*, [CD audio], 2004, Merge Records, 48:12

aux enfants de changer le monde en clamant: «*Children wake up*»<sup>1</sup>. *Haïti* parle des problèmes du pays du même nom<sup>2</sup>.

Le produit musical est pour eux aussi un moyen politique de contester l'ensemble de l'industrie<sup>3</sup>. Toutefois, Arcade Fire est devenu victime de son succès. À l'Oblique, on note: «Arcade Fire ne fait plus parti de la scène *underground*. Ce n'est plus le même type de client qui viennent acheter leur musique. Ils [Les membres d'Arcade Fire] essayent de faire comme si, mais c'est devenu trop gros»<sup>4</sup>.

## The Unicorns.

The Unicorns est probablement le groupe le plus excentrique que Montréal a connu dans sa vague musicale des années 2000. Le band était connu pour ses pratiques un peu particulières lorsqu'il venait à jouer: entre autres, quelqu'un vêtu en licorne montait souvent sur scène<sup>5</sup>. On peut remarquer la création de ce que *Tiny Mix Tapes* appelle une *mythologie* que le groupe s'est lui-même créé avec les journalistes. Il est en effet impossible de retrouver une entrevue sérieuse avec le groupe selon ceux avec qui ils en ont fait <sup>6 7</sup>.

Musicalement, The Unicorns est un band de rock alternatif plutôt conventionnel. Simple, mal-léché, accrocheur, c'est surtout de par l'énergie qui règne dans leur musique que l'on peut les distinguer. Certes, les formes sont irrégulières, mais c'est tout juste ce qui musicalement les caractérisent. Tout se joue dans les paroles, comme Eric Carr, critique chez Pitchfork, le mentionne: «*This hilariously morbid variation on a typical theme of loss or abandonment is par for the course*»<sup>8</sup>. Une remarque se fait sur la manière du

---

<sup>1</sup> ARCADE FIRE, *Wake Up* dans *Funeral*, [CD audio], 2004, Merge Records, 48:12

<sup>2</sup> ARCADE FIRE, *Haïti* dans *Funeral*, [CD audio], 2004, Merge Records, 48:12

<sup>3</sup> R. DOMBAL, *Interviews - Arcade Fire*, Pitchfork, publié le 4 octobre 2010, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://pitchfork.com/features/interviews/7860-arcade-fire/>

<sup>4</sup> Voir l'annexe 8

<sup>5</sup> YOUTUBE, *The Unicorns - I Was Born (a Unicorn)*, Alien8 Recording, [en ligne],[page consultée le 12 octobre 2012], <http://www.youtube.com/watch?v=qutcmPmYUpg>

<sup>6</sup> S. BITTRAND, *The Unicorns: We spent an hour with these dudes and didn't find out dick*, Prefix Magazine, publié le 1er janvier 2002, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://www.prefixmag.com/features/the-unicorns/we-spent-an-hour-with-these-dudes-and-didnt-find-o/12354/>

<sup>7</sup> E. CARR et R. SCHREIBER, *Interviews - The Unicorns*, Pitchfork, publié le 1er janvier 2004, [en ligne], [page consultée le 20 octobre 2012], <http://pitchfork.com/features/interviews/5926-the-unicorns/>

<sup>8</sup> E. CARR, *The Unicorns - Who Will Cut Our Hair When We're Gone*, Pitchfork, publié le 11 novembre 2003, [en ligne], [page consultée le 20 octobre 2012], <http://pitchfork.com/reviews/albums/8380-who-will-cut-our-hair-when-were-gone/>

groupe de traiter ses opinions politiques: on y défend l'égalité vis-à-vis les hommes des licornes dans la chanson *I Was Born (A Unicorn)*: « *We're the Unicorns. And we're people too!* »<sup>1</sup>, l'absurdité socio-politiques des pièces pop dans la pièce *Tuff Luff*: « *Pop goes the ceiling of routine* »<sup>2</sup> ou bien le fanatisme des fans dans la complainte *Child Star*: « *I wrote you a letter to become a member of your fanclub* »<sup>3</sup>, le tout étant teinté de sarcasme.

## Godspeed You! Black Emperor

Godspeed You! Black Emperor (GY!BE) est un des exemples plus concrets de l'effet de Montréal sur la musique, qui a laissé une énorme contribution au post-rock<sup>4</sup>. C'est sans aucune prétention que le groupe de neuf membres<sup>5</sup> a sorti quatre albums en quinze ans en essayant de limiter le rayonnement sur eux et en focalisant les médias sur leur musique<sup>6</sup>. Le groupe est ouvertement anticapitaliste et fonctionne sur le principe de consensus pour toutes les décisions tenant au groupe<sup>7</sup>. Ils sont chez *Constellation*, un label qui partage leurs valeurs anticapitalistes et les goûts musicaux<sup>8 9</sup>.

GY!BE a véritablement changé l'esprit du post-rock qui était né de Tortoise, Sigur Rós et Mogwai sensiblement à la même époque. En rejetant les limites des pièces modernes et en intégrant une structure de musique classique à une musique sans parole tout en utilisant des instruments typiques du *rock*, le groupe se soustrait au format d'écoute rapide et simple que ces autres groupes du genre avaient copié aux structures *rock* plus traditionnelles. Sur l'album *Lift Your Skinny Fist Like Antennas to*

---

<sup>1</sup> THE UNICORNS, *I Was Born (A Unicorn)* dans *Who Will Cut Our Hair When We're Gone?*, [CD audio], 2003, Alien8 Recordings, 41:03

<sup>2</sup> THE UNICORNS, *Tuff Luff* dans *Who Will Cut Our Hair When We're Gone?*, [CD audio], 2003, Alien8 Recordings, 41:03

<sup>3</sup> THE UNICORNS, *Child Star* dans *Who Will Cut Our Hair When We're Gone?*, [CD audio], 2003, Alien8 Recordings, 41:03

<sup>4</sup> A. BRUNET, *Efrim Menuck: randonnée au Silver Mt. Zion*, Le Soleil, publié le samedi 12 mai 2012, p. a16

<sup>5</sup> KRANKY, *Godspeed You! Black Emperor - Biography*, [en ligne], [page consultée le 19 janvier 2012], <http://www.kranky.net/artists/godspeedybe.html>

<sup>6</sup> M. COSTA, *Godspeed You! Black Emperor – the full transcript*, The Guardian, publié le 11 octobre 2012, [en ligne], [page consultée le 11 octobre 2012], <http://www.guardian.co.uk/music/2012/oct/11/godspeed-black-emperor-interview-full-transcript>

<sup>7</sup> KRANKY, *op. cit.*

<sup>8</sup> A. PÉLOQUIN, *Sur une planète à part*, Voir, publié le 1 novembre 2012, [en ligne], [page consultée le 20 janvier 2013] <http://voir.ca/musique/2012/11/01/ian-ilavsky-constellation-records-sur-une-planete-a-part/>

<sup>9</sup> *Constellation* a en effet signé également *Fly Pan Am*, *Thee Silver Mt. Zion* et *Do Make Say Think*, également des bands de *post-rock*.

*Heaven*, on ne retrouve que quatre pièces pour un total d'environ 90 minutes<sup>1</sup>. On pourrait y voir une volonté de pousser plus loin l'attention que l'on porte sur la musique populaire, celle qui passe à la radio et qui nous prend rapidement dans la tête.

## Observations

De l'analyse de ces trois groupes, on peut retirer trois grandes lignes. Premièrement, la musique montréalaise des années 2000 est très engagée politiquement: il semble qu'elle porte un message. C'est certes, quelque chose de très régulier, mais c'est surtout l'absence de musique personnelle qui est frappante. De plus, c'est une musique qui présente une distinction claire et précise: les arrangements et les enregistrements sont bruts, moins travaillés que la conventionnelle. La qualité des outils laisse souvent à désirer; et ceci ne semble pas être par un manque de budget, mais est véritablement utilisé comme un procédé artistique. Finalement, ce sont des bands qui se séparent d'une technique artistique et de marketing conventionnelle, laissant de côté la forme de quatre ou cinq musiciens que l'on a l'habitude de voir. Ils sont loin des médias et tentent de limiter leur musique à une communauté de *vrais* amateurs. Et ce n'est certainement pas pour des raisons commerciales que ces artistes font de la musique vu leurs pratiques et habitudes qui vont totalement à l'encontre des valeurs libérales<sup>2</sup>.

## Analyse des données - Discussion

Le Montréal physique a une importance. Il apporte des outils pour les musiciens, une dynamique dont ils ont besoin en plus d'être attrayant comme milieu de vie, ne serait-ce que pour le coût de la vie et l'accès en même temps à des universités abordables<sup>3</sup>. Il y a plusieurs artistes qui ont choisi la ville à la fois pour y étudier et y créer. Ce n'est toutefois pas assez exceptionnel. Ce qui le distingue, c'est qu'il dégage une image propice à la liberté artistique et de personnalité, d'être à la mode<sup>4</sup>. Cependant, tout ceci ne serait rien sans son public, qui est l'appareil principal de l'effervescence. En plus d'avoir les moyens de diffuser la musique, ils ont souvent le besoin de la découvrir pour se distinguer<sup>5</sup>. Nicolas Walzer dit des sous-cultures: «*La culture dominante [...] tente*

---

<sup>1</sup> GODSPEED YOU! BLACK EMPEROR, *Lift Your Skinny Fists Like Antennas To Heaven*, [CD audio], 2000, Kranky, 87:21

<sup>2</sup> C. MATHIEU, *La musique anglo-qubécoise depuis les années 80*, 2003, Université de Montréal, p. 11

<sup>3</sup> QS TOPUNIVERSITY, *QS Best Student Cities in the World 2012*, [en ligne], [page consultée le 16 février 2012], <http://www.topuniversities.com/student-life/best-student-cities/2012/>

<sup>4</sup> C. F. SCHUETZE, *Hip Cities That Think About How They Work*, The New-York Times, publié le 17 novembre 2011, [en ligne], [page consultée le 18 janvier 2013], [http://www.nytimes.com/2011/11/18/business/global/hip-cities-that-think-about-how-they-work.html?pagewanted=1&\\_r=2&sq=montreal%20hip&st=cse&scp=1](http://www.nytimes.com/2011/11/18/business/global/hip-cities-that-think-about-how-they-work.html?pagewanted=1&_r=2&sq=montreal%20hip&st=cse&scp=1)

<sup>5</sup> Voir l'annexe 7

*d'être pérenne. À côté d'elle, des sub-cultures éprouvent le besoin de s'en démarquer mais c'est bien parce qu'elles se démarquent qu'elles existent»*<sup>1</sup>.

Il faut, dans une perspective d'éclosion international d'un artiste, que le public local puisse recevoir l'oeuvre<sup>2</sup>. Ce pourquoi cette musique est si populaire et qu'elle réussit à sortir du lot, à attirer l'attention de tous, c'est parce que ceux qui produisent la culture la diffuse spécifiquement aux gens qui vont bien y réagir (notamment dans les bars où se tiennent les étudiants qui cherchent déjà une musique alternative); il y a à la fois une communauté productive et une communauté réceptive, comme le Défend Silbermann: «*l'art est une entreprise sociale et communautaire ne constituant pas un phénomène autonome*»<sup>3</sup>. Par ce fait, il est aussi dur de croire que la musique déjà présente dans la ville a eu une influence majeure sur le produit des musiciens. Elle peut être source d'inspiration, mais pas d'influence.

On ressort deux choses des observations faites. Premièrement, il y a la présence de musiciens en grand nombre, mais ceux-ci ne sont pas tous montréalais; ces derniers ne sont même pas majoritaires. Il n'y a donc pas de spécificité aux musiciens de Montréal, quelque chose qui aurait pu nourrir un besoin d'expression, qui aurait pu faire vivre la créativité ou même les pousser à se démarquer plus qu'ailleurs. Il est intéressant de relever un constat fait dès 2003: les artistes anglophones de Montréal, même de l'étranger, ne se sentent pas anglophones comme les américains ou les canadiens anglais, mais se définissent comme bien comme des anglophones de Montréal, voient la ville comme un rempart à ces cultures<sup>4</sup>; ils reconnaissent leur marginalité. Ce ne serait donc pas tant une effervescence montréalaise qu'une concentration d'une culture déjà internationalisée à faible échelle (de façon plus ou moins définie, vu la diversité musicale du style) à un endroit géographique précis, qui couvre les besoins de ces gens qui seraient ailleurs marginaux et qui ne pourraient pas autant briller. Le talent nord-américain en entier se rassemble à Montréal; ce n'est pas une présence exceptionnelle de talent. C'est une tranche à part de toutes les sociétés urbaines d'un peu partout sur le continent qui s'y est rassemblée. Il ne semble pas y avoir de choc de culture à Montréal; la musique créée n'a bien qu'une seule souche culturelle avec des variantes linguistiques, principalement l'anglais et le français. Les artistes issus de toutes les communautés culturelles ne sont pas en compétition, et les liens entre les anglophones et les francophones existent bel et bien<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> N. WALZER, *Anthropologie du metal extrême*, 2007, Camion Blanc, Rosière-en-Haye, p. 235

<sup>2</sup> I. SUPICIC, *Musique et société: perspective pour une sociologie de la musique*, 1971, Institut de Musicologie - Académie de Musique, Zagreb, p. 60

<sup>3</sup> A. SILBERMANN, *Les principes de la sociologie de la musique*, Librairie Droz, Genève, 1968, p. 36

<sup>4</sup> C. MATHIEU, *La musique anglo-québécoise depuis les années 80*, 2003, Université de Montréal p. 11, 2003

<sup>5</sup> P. ALARIE, *Chanson et identité: Étude de la chanson émergente au Québec*, 2008, Université du Québec à Montréal, p. 133

Montréal est devenue, malgré elle, la plaque tournante d'un mouvement culturel, une sous-culture; la culture s'est diffusée, ou du moins est apparue, à plusieurs endroits à la fois. Or, il reste que ceux qui ont acquis cette culture tendent à se regrouper en un centre pour pouvoir la vivre et exister dans la société, ont un besoin d'appartenance à une communauté, pour qu'être différent prenne un sens, animés par le besoin que cette différence soit comprise. Les artistes choisissent leur ville d'adoption, l'endroit où ils vont produire, en fonction de leur «culture», qui n'est pas propre à leur lieu de naissance, mais plutôt à leur personne. La conscience de ceux-ci leur donne la possibilité de façonner leur propre culture, leurs propres valeurs. Ce n'est pas qu'une culture passive, qui réagit à son environnement et à ses réalités, mais aussi une culture qui a la possibilité de se modifier d'elle-même et qui a les moyens de se diffuser. Elle peut décider de ce qu'elle est.

## Conclusion

Montréal a eu la chance de posséder un climat social bien particulier pour amener un lot de musiciens provenant de partout. Il est clair que la ville avait des atouts qui pouvaient attirer des musiciens, mais plusieurs villes en possèdent également. Elle a surtout su profiter d'un public unique et d'une image qui a amené les musiciens d'une même «culture» en grand nombre. La création de cette communauté est soutenue par des étudiants qui s'identifient très bien au style des artistes qui produisent à Montréal. Un cycle commence alors à enchaîner l'accroissement de la popularité de la musique dans la ville, en faisant mieux connaître de nouveaux projets musicaux par le besoin des étudiants à s'y identifier, attirant ainsi de nouveaux musiciens par l'amélioration du climat créatif.

La recherche menée lors de ce mémoire a démontré quelque chose qui n'avait pas été souligné dans mes sources. En effet, on ressort que les localités urbaines, même relativement près l'une de l'autre, ont l'air de posséder des styles musicaux très distincts. Comme c'est ressorti lors d'une entrevue à Ottawa, cette ville apprécie beaucoup plus le *old rock*, le *hard rock* et le *progressive*, particulièrement celui des années 70 et 80 comme le mentionne un commis chez Vertigo Records: « *On est incapable de garder un stock de Led Zeppelin ou de Pink Floyd ici, tout part en deux jours maximum* »<sup>1</sup>. À Lévis, on souligne que Québec est plus *metal* et *punk*, surtout en banlieue<sup>2</sup>, et que le centre-ville est plus francophone et international<sup>3</sup>. À Lac-Mégantic et en Beauce, on parle plus de *country*, entre autre pour des contraintes logistiques, une réelle adaptation culturelle aux petites salles, aux publics plus limités et au nombre

---

<sup>1</sup> Voir l'annexe 1

<sup>2</sup> Voir l'annexe 2

<sup>3</sup> Voir l'annexe 4

de musiciens, souvent moins nombreux<sup>12</sup>. Il serait donc intéressant de développer un modèle de communauté musicale en fonction de ces différents facteurs.

Cette recherche n'a pas étudié le style de vie connexe ainsi que l'historique de la communauté et de ses composantes individuelles qui se sont développées autour d'une passion pour la musique et comprend beaucoup plus le développement d'une industrie à part; n'en reste qu'un style de vie peut avoir un impact sur la musique et attirer plus de gens. De plus, une étude sociologique plus poussée dans les villes d'origines des musiciens qui s'expatrient s'impose pour comprendre complètement le phénomène.

La recherche nous permet de se poser de nouvelles questions. Assisterons-nous à une division socio-culturelle dû aux styles musicaux? Pourquoi les étudiants montréalais avaient tant besoin de trouver une musique différente? Les dynamiques de populations pourraient-elles être affectées par le phénomène s'il s'élargit? Comment définir la culture d'un peuple si elle ne se développe plus sur un territoire précis? Finalement, sachant que des villes d'un peu partout vivent la même chose à une échelle différente, serions-nous en train de vivre la fin de la musique populaire?

---

<sup>1</sup> Voir l'annexe 3

<sup>2</sup> Voir l'annexe 2

## Médiagraphie

### Articles

A. ELMOSTEHI, Fayza, *Win Butler acknowledges his home: Arcade Fire tells true tales of Texas inspiration in The Woodlands*, Culture Map, publié le 5 mai 2011, [en ligne], [page consultée le 12 décembre 2012], <http://houston.culturemap.com/newsdetail/05-05-11-the-big-win-arcade-fire-tells-true-ales-and-talks-texas-in-its-return-home-to-the-woodlands/>

CARR, Eric, *The Unicorns - Who Will Cut Our Hair When We're Gone*, Pitchfork, publié le 11 novembre 2003, [en ligne], [page consultée le 20 octobre 2012], <http://pitchfork.com/reviews/albums/8380-who-will-cut-our-hair-when-were-gone/>

CARR, Eric et SCHREIBER, Ryan, *Interviews - The Unicorns*, Pitchfork, publié le 1er janvier 2004, [en ligne], [page consultée le 20 octobre 2012], <http://pitchfork.com/features/interviews/5926-the-unicorns/>

BITTRAND, Steve, *The Unicorns: We spent an hour with these dudes and didn't find out dick*, Prefix Magazine, publié le 1er janvier 2002, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://www.prefixmag.com/features/the-unicorns/we-spent-an-hour-with-these-dudes-and-didnt-find-o/12354/>

BRUNET, Alain, *Efrim Menuck: randonnée au Silver Mt. Zion*, Le Soleil, publié le samedi 12 mai 2012, p. a16

COSTA, Maddy, *Godspeed You! Black Emperor – the full transcript*, The Guardian, publié le 11 octobre 2012, [en ligne], [page consultée le 11 octobre 2012], <http://www.guardian.co.uk/music/2012/oct/11/godspeed-black-emperor-interview-full-transcript>

DOMBAL, Ryan, *Interviews - Arcade Fire*, Pitchfork, publié le 4 octobre 2010, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://pitchfork.com/features/interviews/7860-arcade-fire/>

EBNER, David, *After final Vancouver show, Wolf Parade splitting up the pack (for now)*, The Globe And Mail, publié le 31 mai 2012, [en ligne], [page consultée le 3 janvier 2013], <http://www.theglobeandmail.com/arts/music/after-final-vancouver-show-wolf-parade-splitting-up-the-pack-for-now/article581632/>

PÉLOQUIN, André, *Sur une planète à part*, Voir, publié le 1 novembre 2012, [en ligne], [page consultée le 20 janvier 2013], <http://voir.ca/musique/2012/11/01/ian-ilavsky-constellation-records-sur-une-planete-a-part/>

F. SCHUETZE, Christopher, *Hip Cities That Think About How They Work*, The New-York Times, publié le 17 novembre 2011, [en ligne], [page consultée le 18 janvier 2013], <http://www.nytimes.com/2011/11/18/business/global/hip-cities-that-think-about-how-they-work.html?pagewanted=1&r=2&sq=montreal%20hip&st=cse&scp=1>

KELLY, Jennifer, *The Arcade Fire*, Splendid, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://www.splendidmagazine.com/features/arcade/>

LEDERMAN, Marsha, *Claire Boucher as Grimes: the coolest girl in Canada*, The Globe And Mail, publié le 30 juillet 2012, [en ligne], [page consultée le 3 janvier 2013], <http://www.theglobeandmail.com/arts/music/claire-boucher-as-grimes-the-coolest-girl-in-canada/article4450330/>

### **CD audio**

ARCADE FIRE, *Funeral*, [CD audio], 2004, Merge Records, 48:12

GODSPEED YOU! BLACK EMPEROR, *Lift Your Skinny Fists Like Antennas To Heaven*, [CD audio], 2000, Kranky, 87:21

THE UNICORNS, *Who Will Cut Our Hair When We're Gone?*, [CD audio], 2003, Alien8 Recordings, 41:03

### **Émissions de Télévision**

LE TÉLÉJOURNAL, *Le son de Montréal*, reportage, Louis-Philippe Ouimet, Radio-Canada, diffusé le 26 octobre 2012 à 22 heures, 7:51, <http://www.radio-canada.ca/emissions/telejournal/2012-2013/Reportage.asp?idDoc=252976>

QUESTION DE SOCIÉTÉ, *From Montréal*, reportage de Yannick B. Gélinas, Télé-Québec, diffusé le lundi 29 octobre 2012 à 21 heures, 60 minutes

VOIR, *Choisir Montréal pour créer*, chronique culturelle, Olivier Robillard, Télé-Québec, diffusé le mercredi 9 mars 2011 à 21 heures, 7:45, <http://voir.telequebec.tv/emissions/49/segments/375/choisir-montreal-pour-creer>

VOIR, *Interview avec Arcade Fire*, entrevue, Sébastien Diaz, Télé-Québec, diffusé le mercredi 8 septembre 2010 à 21 heures, <http://www.youtube.com/watch?v=FgnNmX5Q4TI>

### **Livres**

SUPICIC, Ivo, *Musique et société: perspective pour une sociologie de la musique*, Institut de Musicologie - Académie de Musique, Zagreb, 1971, 205 pages

SILBERMANN, Alphons, *Les principes de la sociologie de la musique*, Librairie Droz, Genève, 1968, 190 pages

WALZER, Nicolas, *Anthropologie du metal extrême*, 2007, Camion Blanc, Rosière-en-Haye, 415 pages

### **Mémoires, thèses et travaux universitaires**

ALARIE, Philippe, 2008, «Chanson et identité: Étude de la chanson émergente au Québec», mémoire de maîtrise en ligne, Université du Québec à Montréal, 185 pages, [en ligne], <<http://www.archipel.uqam.ca/760/1/M10157.pdf>>

BARRIAULT, Jean-Sébastien, 2007, «De la montréalité : L'émergence de Montréal comme lieu de référence», mémoire de maîtrise en ligne, Université Laval, 118 pages, [en ligne], <<http://www.theses.ulaval.ca/2007/24482/24482.pdf>>

BLAIS, Laurent K., 2009, «Le rap comme lieu: ethnographie d'artistes de Montréal», mémoire de maîtrise en ligne, Université de Montréal, 138 pages, [en ligne], <https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/handle/1866/3545>

CUNNINGHAM, Pádraig et LEE, Conrad, 2012, «The Geographic Flow of Music», Université de Dublin, 8 pages, [en ligne], <http://arxiv.org/pdf/1204.2677.pdf>

MATHIEU, Catherine, 2003, «La musique anglo-québécoise depuis les années 80», Université de Montréal, 15 pages, [en ligne], <<http://tagg.org/xpdfs/CathMathieuAngloQbc.pdf>>

MATTE, Isabelle, 2000, «Rite de passage en contexte moderne: l'exemple de la scène musicale underground montréalaise», mémoire de maîtrise en ligne, Université Laval, 130 pages, [en ligne], <<http://worldcat.org/oclc/49177137>>

ROSENDO, Emeline, 2007, «Marché de la musique et programmation de concerts: Un jeu d'acteurs complexe pour maintenir un équilibre fragile», mémoire de maîtrise en ligne, Université Lumière de Lyon, 129 pages, [en ligne], <[http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/MEMOIRE\\_E.\\_Rosendo\\_sans\\_annexes\\_.pdf](http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/MEMOIRE_E._Rosendo_sans_annexes_.pdf)>.

### **Sites Internet**

ALIEN8 RECORDINGS, *The Unicorns - I Was Born (a Unicorn)*, Youtube, [en ligne], [page consultée le 12 octobre 2012], <http://www.youtube.com/watch?v=qutcmPmYUpg>

FESTIVAL DE JAZZ, *Historique*, [en ligne], [page consultée le 26 octobre 2012], <http://www.montrealjazzfest.com/historique/Default.aspx>

INDICA RECORDS, *Half Moon Run - Biographie*, [en ligne], [page consultée le 19 décembre 2012], <http://halfmoonrun.indica.mu/fr/biographie/>

KRANKY, *Godspeed You! Black Emperor - Biography*, [en ligne], [page consultée le 19 janvier 2012], <http://www.kranky.net/artists/godspeedybe.html>

NUITS D'AFRIQUE, *À propos*, [en ligne], [page consultée le 26 octobre 2012], <http://www.festivalnuitsdafrique.com/productions-nuits-dafrique/apropos>

QS TOPUNIVERSITY, *QS Best Student Cities in the World 2012*, [en ligne], [page consultée le 16 février 2012], <http://www.topuniversities.com/student-life/best-student-cities/2012/>

ROLLING STONE MAGAZINE, *Arcade Fire*, [en ligne], [page consultée le 16 décembre 2012], <http://www.rollingstone.com/music/artists/arcade-fire/biography>

THE GRAMMYS, *Arcade Fire in the media center after winning Album of the Year!*, Youtube, [en ligne], [page consultée le 17 janvier 2013], <http://www.youtube.com/watch?v=ce0jkvnIOYM>

## Annexes

### Annexe 1

#### Résumé de l'entrevue à Vertigo Records avec un commis le 6 mai 2012 - Ottawa

*Vertigo Records est une boutique située en plein centre-ville d'Ottawa qui existe depuis 2003. On y vend des CD et des LP usagés et neufs.*

Le vendeur de CD et de LP d'Ottawa souligne qu'il y a beaucoup plus de musiciens de *old rock* et de *progressive* qu'à Montréal. Il souligne que son magasin est incapable de conserver un stock de groupes comme *Pink Floyd* ou *Led Zeppelin*. Par son expérience, il perçoit Montréal comme beaucoup plus actif dans son industrie, par le nombre de salles et de magasins de musique.

### Annexe 2

#### Résumé de l'entrevue à Musique Alto avec Mario Langlois le 11 juin 2012 - Lévis

*Mario Langlois est propriétaire d'une boutique d'instruments de musique neufs et usagés de à Lévis, ville sur la Rive-Sud de Québec, depuis 1993.*

Selon lui, la ville de Québec a toujours été une ville des styles plus lourds dérivés du rock. Lorsqu'on lui demande si le style pratiqué par ses clients a changé depuis ses débuts, il répond qu'il y a toujours eu beaucoup de *metal*, de *punk* et de *hard rock* par exemple, mais note également une diminution de musiciens de *jazz*, de *latin* et de styles plus complexes. Il croit ceci dû entre autres à une stratégie de son magasin de cibler des amateurs et des débutants et croit que les styles que pratiquent ces musiciens sont ceux qui sont le plus techniquement accessibles, car ils demandent moins de pratique et moins d'équipements haut-de-gamme. Il prend l'exemple de magasins en Beauce, qu'il connaît bien, qui vendent beaucoup plus d'instruments acoustiques qu'autres choses. Il explique le phénomène par la taille des villes et leur population, qui n'ont pas les moyens de faire vivre de gros groupes, ce qui réclamerait de grands publics. Il dit qu'on retrouve des artistes de *country* acoustique principalement et quelques groupes qui incluent des percussions, mais dit que c'est plutôt rare. Les petits bars ne peuvent en effet pas accueillir de spectacles qui demanderaient un son trop élevé.

À titre d'exemple pour défendre la présence du *metal* dans la ville de Québec, il parle d'un modèle de baguettes de batterie édition spéciale d'un batteur bien connu du style dont il ne se souvient plus le nom. Il vend une boîte de 48 paires par mois de celle-ci. La compagnie qui les distribue en vend 72 paires pour tout le Canada, à l'exception de

la région de Québec, par année. Il parle aussi de peaux de caisse claire en suède. Il disait en vendre une par mois il y a dix ans; maintenant, c'est une par année environ.

### Annexe 3

#### Résumé de l'entrevue à Maestro Musique avec Daniel Eziotte le 25 août 2012 - Lac Mégantic

*Daniel Eziotte est vendeur dans une boutique de musique, vendant des CD neufs et des instruments dans la petite ville de Lac-Mégantic. Il a été musicien à Québec dans les années 80 et 90 dans un groupe de metal underground.*

Il fait un lien avec le nombre de personnes dans une ville et le style des instruments qu'on y vend: il prétend que son magasin vend beaucoup plus d'instruments acoustiques pour satisfaire les «*grateux de feux*» et les musiciens de *country*. Le nombre d'artistes dans de petites localités devient en effet une contrainte et les styles qui se pratiquent mieux devant de petits publics avec peu de musiciens deviennent la norme. Il énonce également que ses ventes de CD se dirigent principalement vers le francophone. Il est surpris de cette situation, croyant que l'effet de la proximité avec la frontière américaine aurait été plus grand. Il fait état de plusieurs groupes de reprises dans sa ville et souligne le fait qu'il n'y a que très peu de bars dans la région, ce qui nuit au développement de groupes locaux. Il ne vend que peu d'instruments de gammes supérieures à cause des conditions socio-économiques des travailleurs de la région, comparativement à avant, lorsque la région prospérait, où il pouvait vendre des instruments professionnels. Il voit que les jeunes achètent plus d'instruments et de musique *rock*. Il se surprend que les ventes de CD soient aussi bonnes encore aujourd'hui et qu'ils deviennent de plus en plus populaires, tout autant que les 33 tours. Il dit que l'absence de scènes locales où les jeunes musiciens peuvent s'identifier limite le développement de la musique dans sa ville, chose, selon lui, absolument nécessaire à l'émergence de groupes à l'extérieur de chez eux: «*Avant de penser à jouer à l'extérieur, tu vas penser à jouer dans ta place*». Une nouvelle école de musique dans la région lui laisse par contre croire que le sort musical de la ville pourrait s'améliorer

Il parle de son groupe de *speed metal* de Québec par la suite. Il dit qu'il était très populaire et qu'il pouvait annoncer la veille un spectacle dans une radio et remplir une salle malgré le délai limité. Il dit que les produits dérivés de son groupe étaient très populaires. Son groupe était indépendant, car il ne faisait pas confiance aux agences. Il dit que cette situation était difficile, car il n'y avait pas de circuit déjà établi, et considère son groupe comme pionnier. Cependant, étant nouveau dans son genre, il était facile d'arranger des soirées, dû à l'intérêt des tenanciers de bars. Il a été l'un des premiers artistes à recevoir une subvention gouvernementale pour de l'art anglophone à son avis.

## Annexe 4

### Résumé de l'entrevue à l'Ampli de Québec avec Guillaume Sirois le 14 septembre 2012 - Québec

*L'ampli de Québec est un organisme sans but lucratif qui vise à aider l'émergence d'artistes de 18 à 35 ans de tous les styles. Il est situé dans le centre-ville de Québec. Les artistes peuvent venir y chercher des conseils, des formations et l'avis de professionnels. Il offre également un studio et des services de production à faibles coûts pour ces artistes. Guillaume Sirois est responsable de l'accueil des artistes à l'Ampli.*

Les gens qui vont voir pour les services de l'ampli de Québec sont beaucoup des gens de la place, mais il y a beaucoup de gens qui viennent d'Afrique aussi (environ 20%), qui veulent faire de la musique de leur culture d'origine. Il y a un peu plus de filles, à son avis, dû à la facilité des femmes à aller chercher de l'aide. Le public cible est de 18 à 35 ans, mais il y a beaucoup de demande en haut et en bas de ces âges. Il y a aussi des demandes pour faire du rattachement scolaire. L'objectif des gens qui viennent est souvent, particulièrement chez les jeunes, de devenir populaires, mais il y en a aussi qui souhaitent faire de la musique inaccessible au grand public, que pour l'art. Pour ce qui est de la visibilité internationale de Québec, elle est surtout européenne. Plusieurs artistes qui ont émergé à l'extérieur qui viennent de Québec ne sont que très peu connus dans leur propre ville. La visibilité internationale, pour un artiste, est très difficile à avoir et passe par celle qu'on obtient auprès de l'industrie avant de l'avoir chez des fans à son avis. Il parle d'Arcade Fire comme un groupe qui a profité d'un *timing* et a « cristallisé la couverture du magazine *Rolling Stone* », qui avait remarqué l'effervescence montréalaise. Il pense que l'influence d'une ville sur les critiques est plus ou moins importante: c'est plutôt le projet qui les intéressent. Il prend l'exemple de *Pitchfork*, qui peut rendre populaire n'importe qui en statuant qu'un projet est bon. La visibilité des critiques locales ne permettent pas la découverte à un plan international.

Il explique que l'intensité du courant *metal* s'est plus perdu à Montréal qu'à Québec par le fait que Montréal est une ville plus métropolitaine et que Québec est plus conservatrice un peu, que les gens sont plus attachés à ce style. Il distingue le centre-ville de Québec, très diversifié musicalement (*rap, world music, rock, pop*), et sa banlieue, où on trouve plus de *metal*. Il dit qu'on compare la ville de Québec dans son ensemble et le centre-ville de Montréal. Par exemple, Laval et Longueuil, serait, à son avis, très *metal* aussi. Il faudrait comparer le centre-ville de Québec avec celui de Montréal pour avoir une meilleure idée des styles qui y sont présents à son avis.

Une ville, pour que ses artistes puissent s'émanciper, doit avoir un public: ouvert, présent et stable (donc nombreux, un centre-ville dense préférablement) est nécessaire

pour eux. Il doit y avoir des infrastructures pour y exporter les artistes (des maisons de disque, des salles, des professionnels, des studios).

## Annexe 5

### Résumé de l'entrevue au Café campus avec Marc Saint-Laurant le 11 octobre 2012 - Montréal

*Le café campus est un bar et une discothèque où se produisent bon nombre d'artistes. La coopérative existe depuis 1967. Marc Saint-Laurent est administrateur du Café campus. La salle a été démarrée par les étudiants de l'Université de Montréal, principalement francophone.*

La clientèle qui fréquente le café est différente en fonction des services. La discothèque est occupée par des jeunes, étudiants, et la clientèle de la salle est beaucoup plus diversifiée, généralement en fonction du type de spectacle. L'âge, la nationalité et la langue peuvent être très différents selon celui-ci. Il dit qu'il n'y a plus beaucoup de spectacle de groupes francophones qui font de la musique «plus poussée que de la musique *maison de la culture*».

Il y a eu des variations de la clientèle qui fréquentait la salle durant ses années d'expérience, évolutions qui allaient avec les modes musicales: le *punk*, l'*indie*, le *pop* ont défilé au fil du temps. La salle fonctionne selon un système de location à option. Certains groupes de spectacles, comme *Evenko*, ont priorité sur tout le monde. Il considère les programmations des autres salles pour varier la sienne afin de ne pas fragmenter le public. La salle a le mandat d'encourager la scène locale; ils ont donc priorité sur les artistes d'autres villes.

La ville, par rapport aux autres villes du Québec, a l'avantage d'être la plus grosse; elle devient donc un centre culturel. Il note que les subventions pour le développement de salles va, à Québec, plus souvent dans les salles de musique classique. Il y a moins de salles indépendantes à Québec. Il y a aussi plus de jeunes à Montréal. Il a remarqué aussi que les artistes internationaux qui viennent en tourner au Québec arrêtent plus souvent à Montréal. Il résume en disant que le marché est plus gros.

Pour les consommateurs, il pense qu'un aussi gros marché est un avantage, parce qu'ils peuvent assister à plusieurs choses très variées. Il prend l'exemple de *Pop Montréal*, qui loue toutes les salles et qui offre une programmation large. C'est toutefois un désavantage pour les salles, qui peuvent offrir quelque chose de très bon sans pour autant fermer les guichets.

Les groupes qui se sont démarqués à Montréal sont ceux qui ont émergé à l'étranger avant. Il dit que les groupes, lorsqu'ils deviennent trop gros, sont abandonnés par les amateurs, et que ceci explique le phénomène ; émerger à l'extérieur devient une barrière à ceci, car la réputation pourrait autrement être entachée si le groupe reste à

Montréal. Ce n'est pas quelque chose de vrai ailleurs au Canada, où les artistes deviennent populaires dans leur ville, crée un *buzz*, puis s'exportent. Il explique ceci par le *snobisme* général des montréalais.

La place des médias dans la musique produite à Montréal est assez faible. Les médias ciblent et martèlent, selon lui, sur les artistes connus qui n'ont pas besoin de cette visibilité pour se vendre: «*C'est quand la dernière fois qu'on a entendu une radio populaire [...] dire «aille, hier soir j'ai été voir un show dans un ptit bar au ptit campus, y'avait un band écoeurant pis y'avait 40 personnes»»*. La musique est donc moins accessible pour les gens qui ne prennent pas le temps de voir ce qui se passe dans la ville. Ceci tend à fermer le public, du moins à le limiter. Les artistes plus petits ont de la misère à sortir dans les médias parce qu'ils sont dans l'ombre d'artistes plus gros dont les gens veulent entendre parler. La communauté est isolée selon lui.

L'effervescence musicale de Montréal va continuer selon lui, à moins que les petites salles ferment, car c'est très difficile de vivre pour elles à Montréal selon lui; les gens n'ont pas assez d'argent. Il pourrait y avoir une concentration des grosses salles à son avis, car les petites salles n'ont pas tous les moyens financiers de maintenir leurs équipements à long terme. Il y a aussi une compétition, en été, avec les festivals gratuits, qui ne permettent pas aux salles d'avoir des clients qui pourraient payer. C'est un avantage pour les artistes, mais pas pour les propriétaires de salles de spectacle.

## **Annexe 6**

### **Résumé de l'entrevue à Cheap Thrill avec Guy Lavoie le 11 octobre 2012 - Montréal**

*Cheap Thrill est un magasin indépendant de CD et de LP. Il est situé au coeur du centre-ville de Montréal, tout près des universités McGill et Concordia. La boutique existe depuis 1971. Les commis y sont principalement anglophones. Guy Lavoie est l'un des propriétaires et vendeurs chez Cheap Thrill.*

Le style vendu varie beaucoup entre le neuf et l'usagé: le neuf sera plus de la musique indépendante et expérimentale, tandis que l'usagé sera beaucoup plus large, inclura notamment le *pop* plus âgé. La boutique est fréquentée majoritairement par des anglophones, à cause des deux universités qui s'y trouvent, elles aussi anglophones. La clientèle, au niveau des langues, a peu changé, mais il y a maintenant beaucoup plus de femmes qu'au début de l'entreprise. Entre les deux langues, il n'y a pas de différences dans leurs goûts et leurs achats. Les francophones qui viennent ne cherchent que peu de musique francophone; du moins, la boutique n'a jamais réellement réussi à en vendre. Il n'y a pas de différence entre les deux langues dans leur manière d'acheter et dans leur tendance à vouloir découvrir de nouvelles choses, ainsi qu'à aller parler aux vendeurs. La boutique est appréciée parce qu'elle vend beaucoup d'importations et d'indépendants, choses que les chaînes ne peuvent pas se permettre. Ces dernières n'achètent pas les CD qu'elles présentent dans leurs

magasins aux distributeurs, mais seulement ceux qu'elles vendent, ce qui serait plus difficile pour les importations et les indépendants.

On y vend beaucoup plus de LP; les CD ne sont presque plus vendus. Les clients sont très ouverts aux découvertes, écoutent ce qui joue dans la boutique et demandent conseils en fonction de ce qu'ils aiment. Conserver sa place dans le marché devient difficile dans le contexte où l'industrie connaît des difficultés. Le coût de la vie est aussi en augmentation dans la ville. Toutefois, la boutique est la seule dans le quartier et profite de cet avantage. Les amateurs de musique de l'extérieur parlent souvent moins que les gens de la ville. Ces gens sont remarquables par leurs achats, souvent très différents de ce que les amateurs montréalais achètent; quelque chose qui a pu être sur les tablettes depuis longtemps peut se vendre rapidement à quelqu'un de l'extérieur, intéressé par quelque chose qui n'attirait pas du tous les gens de la place.

## Annexe 7

### Résumé de l'entrevue à la Casa Del Popolo avec un administrateur le 12 octobre 2012 - Montréal

*La Casa Del Popolo et la Salla Rossa, toutes deux administrées par les mêmes propriétaires, sont des bars avec salles de spectacles reconnues de partout dans le monde pour avoir présenté des groupes qui ont émergé sur la scène internationale par la suite. La place est connue pour avoir accueilli les premières performances d'Arcade Fire, de Godspeed You! Black Emperor, de Grimes, de The Unicorns, The Barr Borthers et de plusieurs des plus grands groupes de la scène montréalaise. On y présente également des spectacles de groupes d'autres villes. L'administration y est principalement anglophone. Les deux salles sont situées une en face de l'autre dans le Mile End, sur la rue Saint-Laurent, aussi appelée La Main à Montréal.*

Il dit que la clientèle de sa salle est plutôt variée, mais que ça dépend beaucoup du spectacle. Lorsqu'il y a des concerts plus jazz, on retrouvera une clientèle plus âgée, mais que les groupes «de la relève» ont pour auditeurs des jeunes. Il dit qu'il voit de plus en plus de jeunes qui tentent de découvrir de la musique et pense que ceci est dû à l'accessibilité de celle-ci via Internet. Il précise que les gens plus âgés profitent aussi de la nouvelle musique grâce à la variété de concerts présentés. Les groupes qui se produisent à la Casa sont choisis en fonction des goûts des propriétaires, car la demande est très forte. Pour la Salla Rossa, un coût de location est demandé contrairement à la Casa, ce qui augmente la flexibilité des propriétaires. La Casa présente des spectacles tous les soirs, tandis que la Salla Rossa est occupée en moyenne six soirs par semaine.

L'assistance est constituée, à son avis, proportionnellement d'anglophones et de francophones, à l'exception des spectacles francophones, où assistent majoritairement des francophones. Il définit ses salles comme très différentes des autres de la ville, car elle est totalement indépendante et ne fait pas partie d'un réseau de contact et présente

de la musique plus «alternative». Il dit que les salles ne sont pas faciles à maintenir financièrement. L'ambiance qui y règne est fortement inspirée de ce qui se trouve ailleurs en Amérique et en Europe et tente de reproduire les autres endroits que les propriétaires aiment partout dans le monde:« *On avait toujours une vision de faire comme d'autres salles en Amérique du Nord et en Europe qui ont cet esprit d'indépendance et de créativité* ». Selon lui, Montréal a les avantages vis-à-vis des autres villes d'avoir un esprit de créativité et d'indépendance; ça aurait toujours été le cas. C'est ce qui lui donnerait un esprit unique pour les artistes. De plus, il ajoute que c'est une ville francophone avec une bonne partie de la population anglophone et que les deux cultures se rassemblent par la musique. Il y a vingt ans, il considère que les deux cultures étaient plus distantes. Il y a aussi beaucoup de cultures dans la ville aussi. C'est ce qui donne un environnement authentique.

Les salles ne sont pas tant un outil pour l'ambiance; pour lui, la musique fait tout. Il sent tout de même une relation spéciale entre les musiciens et la foule. Il pense qu'elle est plus chaleureuse et accueillante qu'ailleurs.

Les groupes qui se sont démarqués n'ont pas de point en commun. Cependant, c'est justement quelque chose de remarquable pour lui: ils sont tous uniques. Les critiques ont un oeil sur la ville simplement parce qu'elle a donné naissance à des artistes remarquables. Montréal a donné les outils et la liberté nécessaire aux artistes pour créer, ce qu'ils n'auraient pas eu chez eux.

Sa définition de la culture musicale montréalaise: *éclectique, créative, indépendante, ambitieuse*. À savoir si les groupes de la ville doivent s'exporter avant d'avoir une visibilité ici, il est divisé. C'est un phénomène canadien à son avis, car le marché est plus petit. C'est de moins en moins le cas pour lui.

## **Annexe 8**

### **Résumé de l'entrevue à l'Oblique avec Luc Bédard et Michel Meunier le 26 septembre 2012 - Montréal**

*Luc Bédard est propriétaire de la boutique l'Oblique située dans le quartier Mont-Royal, principalement francophone. L'entreprise existe depuis 25 ans. On y vend surtout des CD et des LP, neufs et usagés, ainsi que des billets de concert. Michel Meunier est un commis à l'Oblique.*

La boutique vend de la musique alternative, surtout indépendante, principalement de Montréal, du Canada, des États-Unis et un peu de l'international. Leurs plus grosses ventes ont toujours été de groupes locaux. Les gens qui viennent sont principalement francophones à cause du quartier, mais il y a aussi des anglophones. Les jeunes d'environ 15 ou 16 ans fréquentent de plus en plus l'endroit. Il y a des gens de 15 à 65 ans, selon Michel Meunier, qui fréquentent la boutique. Plusieurs acheteurs ne viennent que pour des billets de concert des bars avec salle de spectacle de Montréal. Il y a

énormément d'étudiants qui achètent à leur boutique. Il n'y a que peu de différences entre les achats des francophones et ceux des anglophones; on peut même remarquer, selon Michel Meunier, que de plus en plus d'anglophones achètent de la musique francophone.

La clientèle a évolué au fil du temps. Les styles *underground* ayant changé, la clientèle a beaucoup varié, car la boutique vend toujours ce qui se fait dans cette catégorie de styles. Luc Bédard définit ses clients comme «*des mélomanes curieux*». Michel Meunier ajoute qu'il est impossible dans les grandes surfaces de parler durant deux heures aux commis de tout et de rien, alors que leur boutique le permet.

Les gens qui viennent sont très ouverts aux découvertes. Certains ont des listes d'achats, mais beaucoup viennent et demande à découvrir de nouvelles choses. Les deux parlent du palmarès de l'Oblique, mis à jour chaque année, de leurs albums préférés. Michel Meunier dit qu'ils savent rapidement recommander des choses à des clients réguliers en fonction de leurs achats précédents. Luc Bédard dit connaître le nom de plusieurs de ses clients et de même commander des albums à l'avance en prévision de les recommander à des clients spécifiques. Il appelle ceci «*un service à la clientèle*». Ils permettent à n'importe qui d'écouter des extraits de n'importe quel album avant de l'acheter.

La boutique a toujours privilégié la musique québécoise pour le principe que les propriétaires sont québécois et veulent diffuser l'art de leur province. Ils veulent aussi faire connaître «*l'art des négligés, ceux qui ne passent pas à la radio*». Ils vendent toujours des choses qu'ils aiment seulement, entre autres parce que «*c'est plus facile de vendre un quelque chose quand on aime le produit*».

Montréal a les avantages d'avoir un caractère très européen, d'être cosmopolite et d'avoir quatre universités: «*Y'en a pas mal [en parlant des étiquettes indépendantes], beaucoup à cause des quatre universités à mon avis; y'a beaucoup de jeunes à Montréal*». Selon eux, c'est ce qui lui donne un caractère qui lui permet de faire de la musique qui se démarque d'ailleurs. Lorsque la rentrée a lieu en septembre, ils voient une différence d'achalandage; elle augmente beaucoup. Il y a beaucoup musiciens qui viennent étudier de l'étranger et qui reste ici pour le cachet, selon Michel Meunier. La dualité entre anglophones et francophones crée une bonne dynamique. Michel Meunier dit que, depuis qu'il suit la musique *underground*, il a toujours apprécié des groupes montréalais; il y a certainement eu un «*buzz*» durant l'époque d'Arcade Fire, qui a donné une énorme couverture médiatique, mais il y a toujours eu de la bonne musique selon lui, dont le style a par contre beaucoup varié. Lorsqu'il parle de la dualité francophone/anglophone, il se rectifie en disant qu'on pourrait même ajouter d'autres cultures à celle-ci. Il dit: «*C'est quand même une réalité de la vie montréalaise, qu'il y a une partie de la population qui est anglophone et une partie qui est francophone. Ça nourrit la créativité ou les idées. Il y a plein de gens de l'extérieur qui viennent étudier ici qui décident de s'établir à Montréal et puis souvent, il y aura peut-être des francophones dans leur band, ils rencontrent du monde. Et puis souvent, ceux de l'extérieur, on sent souvent qu'ils veulent plus apprendre le français que ceux qui sont*

*pure-laine, qui ont grandi ici. C'est sûr que ça fait quelque chose d'un peu unique.[...] Ça, ça joue selon moi».*

Les deux disent que ce n'est pas «*l'âge d'or*» pour les disquaires, mais que le vinyle, qui n'a jamais disparu selon Luc Bédard, continue de maintenir la boutique. Les étiquettes indépendantes n'ont jamais arrêté de produire des LP. Les *baby-boomers* et les *hipsters* contribuent fortement à redonner un second souffle et une forte visibilité médiatique à ce support, mais ils disent toujours en avoir vendu. Luc Bédard précise que les CD ne se vendent presque plus ailleurs et qu'il est l'une des seules boutiques indépendantes à pouvoir encore en profiter. Parce qu'ils ont réussi à conserver leur place dans la vente de CD, la boutique en profite maintenant beaucoup, car les consommateurs viennent souvent à leur boutique pour ceux-ci, car ils ne peuvent plus en trouver ailleurs.

Ils pensent que le vinyle contribue, surtout chez les jeunes, à faire découvrir de la nouvelle musique. C'est une bonne manière de monter une bonne collection de disques, car l'usagé est très peu dispendieux en plus d'être spécial pour la génération qui n'a pas grandi avec les LP. Ces jeunes achètent aussi des albums neufs, mais s'ils sont abordables seulement. Luc Bédard précise aussi: «*On a toujours voulu s'adresser aux mélomanes: si la musique est importante pour toi, tu vas être prêt à y consacrer plus d'argent*». Les gens qui ont «*cette culture*», encore selon Luc Bédard, s'accrochent d'avantage à la boutique, à la découverte de nouveaux artistes également. Michel Meunier ajoute, comme preuve, que les labels continuent de faire des pochettes d'album.

Luc Bédard dit que son but premier est de partager sa passion en tant que mélomane; bien qu'il veuille faire de l'argent, l'amour de la musique passe avant tout. Les deux ajoutent que, dans le domaine de la musique indépendante (musiciens, étiquettes, boutiques entre autres), c'est la mentalité qui règne. Cette mentalité est fortement présente à Montréal selon eux, principalement à cause des quatre universités encore une fois. Luc Bédard dit qu'il aurait aimé placer sa boutique près de l'Université du Québec à Montréal, mais que c'était trop cher à l'époque. L'emplacement actuel combine une proximité avec cette université et une station de métro.

## Annexe 9

Tableau comparatif d'observations lors de l'assistance de deux concerts

Point observé	Québec	Montréal
Date	22 août 2012	2 septembre 2012
Salle	L'agité	Casa Del Popolo
Spectacle	Première partie: Sagefemmes Concert principal: The Hearing	Première partie: Holobody et atsuko chiba Concert principal: Arms and Sleepers
Musiciens et musique	-Présence d'alcool sur scène - The Hearing fait une reprise d'une pièce <i>pop</i> bien connue	-Aucun alcool sur scène - Arms and Sleepers et Astuko Chiba ne parle presque pas au public, même entre les pièces. Holobody fait participer le public, mais ne lui parle pas directement
Public	- Bien habillé - Assis - Salle pleine - Tape du pied - Discute entre les pièces - Jeune (entre 20 et 30 ans)	- Salle complètement bondée - Debout - Fredonne, danse, hoche la tête - Semble concentré sur la musique - Jeune (entre 20 et 30 ans)