

Association Cantonale des Musiques Valaisannes
Kantonaler Musikverband Wallis

GUIDE POUR SOCIETES DE MUSIQUE

Conseils pour l'organisation, la gestion et la direction d'un ensemble
musical



Octobre 2015

GUIDE POUR SOCIÉTÉS DE MUSIQUE

Conseils pour l'organisation et la direction

TABLE DES MATIÈRES

Conseils pour l'organisation et la direction	1
TABLE DES MATIÈRES	1
Avant-propos	4
1 ÉTAT DES LIEUX.....	5
1.1 Introduction	5
1.2 Analyse de la situation.....	5
2 STRUCTURE.....	6
2.1 Introduction	6
2.2 Organisation	7
2.2.1 Comité	7
2.2.2 Commission musicale.....	10
2.2.3 Équipes ad hoc pour tâches particulières	12
3 PLANIFICATION.....	13
3.1 Introduction	13
3.2 Planification annuelle (programme d'activités, etc.).....	13
3.3 Planification des séances (comité, commission musicale, commissions ad hoc).....	14
3.4 Planification des concerts et des manifestations.....	15
3.5 Planification financière.....	16
3.6 Transmission de charges	16
3.7 Moyen d'aide	17
4 PUBLICITÉ	17
4.1 Introduction	17
4.2 Publicité auprès du public.....	17
4.3 Recrutement de la relève	18
4.4 Financement.....	19
4.5 Remarques finales.....	19
5 COMMUNICATION.....	19
5.1 Information au sein de la société.....	19
5.1.1 Introduction	19
5.1.2 Informations sur les événements.....	20
5.1.3 Informations générales	20
5.1.4 Informations sur des projets, nouveautés/changements.....	21
5.1.5 Remarque finale	21
5.2 Information vers l'extérieur	21
5.2.1 Introduction	21

5.2.2	Flyers/programmes de concert	22
5.2.3	Invitations.....	22
5.2.4	Presse.....	22
5.2.5	Annonces	23
5.2.6	Affiches	24
5.2.7	Internet.....	24
6	RELÈVE.....	24
6.1	La recherche de la relève	24
6.1.1	Introduction	24
6.1.2	Cours de musique en Valais.....	25
6.1.3	Différents concepts de formation	25
6.1.4	Rôle de l'école de musique – de la société	26
6.1.5	Enseignant.....	26
6.1.6	Formation (6.1.6)	27
6.1.7	Recrutement	28
6.1.8	Cours d'initiation, cours d'initiation à l'instrument.....	29
6.1.9	Matériel	29
6.1.10	Percussion / Tambours.....	29
6.1.11	Musique des jeunes – ou pas ?	30
6.2	Financement de la relève	31
6.2.1	Introduction	31
6.2.2	Coûts	31
6.2.3	Finances	32
6.2.4	Soutien de l'ACMV, la LoRo et l'ASM.....	32
7	FORMATION CONTINUE	33
7.1	Introduction	33
7.2	Public cible.....	33
7.3	Concerts, Festivals, Concours.....	33
7.4	Séminaires / Camps nationaux.....	34
7.5	Instrument.....	34
7.6	CD / DVD	34
7.7	Magasins de musique.....	34
7.8	Répétitions de registre.....	34
7.9	Échanges de directeurs.....	35
7.10	Pédagogie / psychologie	35
7.11	Formation de directeur	35
8	CONCERT	35
8.1	Introduction	35
8.2	Le programme du concert	36
8.3	Comment mettre en valeur un concert	36

8.4	La présentation du concert	37
8.5	La salle de concert	38
8.6	Après le concert.....	38
9	RECHERCHE DE DIRECTEUR.....	38
9.1	Introduction	38
9.2	Analyse	38
9.3	Fixation d'objectifs	39
9.4	Recherche	39
9.5	Mise au concours.....	39
9.6	Choix du directeur.....	39
10	ASSOCIATION ET IMPÔTS.....	40
10.1	Introduction	40
10.2	Bases légales	40
10.2.1	La comptabilité et le bilan annuel	40
10.3	Tenue des comptes	40
10.3.1	Pendant l'année	40
10.3.2	À la fin de l'année	41
10.4	Impôts.....	41
10.4.1	L'impôt sur le bénéfice.....	41
10.4.2	L'impôt sur le capital	41
10.4.3	Exemple de comptabilité et d'imposition	42
10.5	Statut professionnel et assurances	43
10.5.1	Introduction	43
10.5.2	Les indépendants	44
10.5.3	Les Employés	45
10.5.4	Assurances de choses.....	48
10.6	TVA.....	48
10.6.1	Introduction	48
10.6.2	Assujettissement.....	48
10.6.3	Prestations imposables	49
10.6.4	Taux de l'impôt	50
10.6.5	Méthodes de décompte de la TVA	52
10.7	La SUISA.....	54

Avant-propos

Pourquoi un guide pour les sociétés de musique ?

Votre comité depuis des années a constaté divers problèmes récurrents dans l'administration de certaines sociétés. Des changements sociétaux sont aussi survenus cette dernière décennie. En effet, à l'époque, les personnes se battaient pour prendre des responsabilités au sein des sociétés et c'était un honneur à remplir ces fonctions voire d'être président. Actuellement nous sentons une certaine démotivation pour l'engagement bénévole. Pour aider les personnes qui acceptent ces mandats, votre comité a décidé de réaliser un aide-mémoire.

Lors de nos diverses rencontres et échanges entre les comités des associations cantonales à l'assemblée des délégués de l'ASM, notre ami, président de la section bernoise, Claude Müller nous a entrete nu d'un tel travail réalisé dans son canton.

Son association a réalisé depuis les années 2000 un grand document « Leitfaden für Musikvereine, Tipps für die Organisation und Führung » qui est un guide pour les sociétés de musique. Sa première édition a été mise à disposition des sociétés bernoises sous la présidence d'Albert Kaufmann

Par la suite, son successeur, Claude Müller, a entrepris une mise à jour du document qui a débouché sur la deuxième édition, datée d'avril 2008.

Il était donc logique, pour ne pas réinventer la roue, de s'inspirer de ce guide. Un grand merci à nos amis bernois qui nous ont autorisés à travailler sur ce dossier en échange d'une version en français à leur usage. Notre première activité fut donc de le traduire. Nous leur avons livré en juin 2015 cette traduction pour leurs sociétés francophones bernoises. Un grand merci aux personnes qui ont œuvré à ce grand travail, Christian Bohnet et Julien Schumacher, membres du comité et à Frédéric Clausen pour la relecture et le peaufinage de ce document.

Notre deuxième tâche a été ensuite de le mettre à jour, de l'adapter à notre situation valaisanne, à notre sensibilité ainsi qu'à y adjoindre quelques précisions et nouveautés. Les remarques compilées dans le travail de Joël Pfammatter seront aussi prises en considération¹. Des éléments du travail d'Aloïs Maillard pour la Fédération des musiques du Bas-Valais ont été utilisés pour le chapitre des finances.

Un grand merci à Christian Bohnet, Léo Clausen, Christophe Claivaz et votre serviteur pour les adaptations valaisannes.

Pour conclure, ce guide n'a pas pour vocation d'être un modèle unique ou un carcan pour formater la gestion de nos sociétés. Il se veut plus une incitation à la réflexion, un recueil de pistes et de propositions pour la conduite d'une société. Nous osons espérer que ce document complet aidera non seulement les personnes qui prennent des nouvelles responsabilités au sein de nos sociétés dans l'exercice de leurs tâches administratives, mais servira aussi de base de discussion pour les personnes déjà en activité dans les divers comités et commissions.

Jean-Maurice Delasoie
Président ACMV

¹ Travail disponible sur notre site : www.acmv.ch

1 ÉTAT DES LIEUX

1.1 Introduction

La musique est un art vivant en développement constant. Il est ainsi important que les sociétés de musique adaptent toujours leurs exigences. Les sociétés de musique doivent se questionner régulièrement si leurs structures sont toujours d'actualité, si la relève est toujours assurée, comment de nouveaux moyens financiers peuvent être trouvés, etc.

Chaque société doit très bien se connaître avant d'entreprendre de quelconques planifications. Quels sont les points faibles, quels sont les points forts, quels domaines pouvons-nous encore développer ? N'oublions pas que les habitudes de longue date sont souvent un frein au développement.

ASTUCE : FORMEZ D'ABORD UN GROUPE DE TRAVAIL QUI ANALYSE LA SOCIÉTÉ. CE GROUPE NE DOIT PAS FORCÉMENT ÊTRE DU COMITÉ OU DE LA COMMISSION MUSICALE. PARLEZ EN PETIT GROUPE DU FONCTIONNEMENT DE LA SOCIÉTÉ. NOUS CONSEILLONS DE LE FAIRE TOUS LES DEUX ANS.

1.2 Analyse de la situation

La conduite de la société

Le comité:

- Est-ce que le nombre de membres du comité est en rapport avec le nombre de membres de la société ?
- Y a-t-il un cahier des tâches, est-ce que tous les départements sont définis clairement, est-ce que les responsabilités sont clairement attribuées ?
- Est-ce que les informations envers les membres actifs, les membres passifs, les donateurs, le public des concerts, la commune, les sponsors, les parents d'élèves, etc. sont répertoriées ?
- Avons-nous planifié des changements de charges à long terme ?
- Avons-nous trop ou trop peu d'activités ?

La commission musicale :

- Est-ce que le nombre de membres de la commission musicale est en rapport avec le nombre de musiciens ?
- Est-ce que chaque membre de la commission musicale a une tâche précise ?
- Comment se passe la collaboration entre la commission musicale et le comité ?
- Comment se passe la collaboration entre la commission et le directeur ?

La direction musicale

Le directeur :

- Est-ce que les buts de la société coïncident avec ceux du directeur ?
- Quelles sont nos attentes vis-à-vis du directeur ?
- Connaissons-nous la formation du directeur ?
- Un contrat a-t-il été signé entre la société et le directeur ?

Le sous-directeur :

- Est-ce que le rôle du sous-directeur est clairement défini ?
- A-t-il des objectifs musicaux ?
- A-t-il une formation musicale suffisante ?

L'orientation musicale

- Est-ce que le choix des morceaux est adapté ?
- Jouons-nous dans la bonne formation ou une adaptation de la formation est-elle nécessaire ?

Les structures de la société

- Est-ce que nos statuts sont d'actualité ?
- Avons-nous besoin d'un organigramme ?

Les finances

Existe-t-il un budget ?

- Comment finançons-nous les dépenses courantes ?
- Est-il envisageable de démarcher des sponsors ?
- Est-ce que la commune connaît notre situation financière ?

La relève

- Faisons-nous suffisamment de publicité pour la relève ?
- Avons-nous un responsable pour la relève ?
- Y a-t-il un concept pour la formation de la relève ?

ASTUCE : DÉFINISSEZ DES THÈMES ADDITIONNELS QUE VOUS SOUHAITEZ TRAITER. ÉTABLISSEZ POUR CHAQUE THÈME UN CATALOGUE DE QUESTIONS ET FORMEZ UN PETIT GROUPE DE TRAVAIL POUR LES TRAITER.

2 STRUCTURE

2.1 Introduction

Une société de musique a besoin d'une structure adaptée à ses besoins. Ceux-ci dépendent principalement de la taille de la société (nombre de membres) et de ses activités. Il faut organiser les fonctions et les domaines d'activités dans des structures vivantes et flexibles. Ainsi, toutes les sociétés doivent avoir en principe des statuts avec des lignes directrices définies (selon art.60 et ss du Code Civil).

Ces statuts devraient contenir les points principaux suivants:

- Nom, lieu et but
- Affiliation
- Membres
- Organisation
- Finances
- Cahier des charges des différents groupes ou fonctions

Principe:

Afin qu'elles soient en harmonie, comme en musique, les structures et lignes de conduite doivent s'accorder.

- Une communication claire soutient la structure de conduite. La question primordiale est de déterminer qui oriente qui.
- Toutes les formes d'organisation et fonctions décrites dans ce chapitre sont à considérer en tant que variantes possibles parmi tant d'autres.
- Chaque membre du comité doit se voir attribuer une fonction avec les tâches correspondantes. Il faudrait éviter d'avoir des membres sans tâches fixes.

2.2 Organisation

L'organisation de la société devrait couvrir tous les domaines d'activité. Il peut s'agir des suivants:

- Conduite (administrative/musicale)
- Formation
- Administration (secrétariat, publicité, etc.)
- Finance
- Gestion du matériel (instruments, costumes, partitions, lutrins, appareils d'éclairage, etc.)
- Organisations-cadres lors d'évènements (concerts, lotos, etc.)

Selon la coutume, une société de musique est constituée :

- d'un comité
- d'une commission musicale
- éventuellement d'un team ad hoc pour les tâches particulières

2.2.1 Comité

Le comité est, dans un certain sens, comparable à l'organe de direction d'une entreprise. En fonction de la taille et des différentes tâches de la société, le comité peut comprendre cinq membres et plus. C'est aussi le rôle de la société de définir quelles fonctions ou charges seront attribuées à des commissions particulières plutôt qu'au comité.

Dans le comité les fonctions/charges suivantes devraient être représentées :

- Sur la base de 5 membres
 - Président
 - Vice-président
 - Secrétaire
 - Chef des finances
 - Responsable matériel (instruments, uniformes, etc.)
- Plus de 5 membres
 - Président de la commission musicale
 - Responsable de la formation (administration)
 - Responsable pour la publicité et le marketing

Cahier des charges possible pour les membres du comité

Président

Tâches :

- Représente la société à l'extérieur, individuellement ou collectivement avec d'autres membres du comité.
- Participe aux séances de commissions et aux assemblées de fédérations.

- Conduit l'assemblée générale, les assemblées extraordinaires, les assemblées des membres actifs et les séances de comité.
- Établit un rapport annuel d'activité pour l'Assemblée générale.
- Coordonne les demandes et intérêts de tous : comité, commission musicale, directeur et membres, aussi bien à l'intérieur de la société qu'à l'extérieur.
- Etablit un échéancier annuel (planification de la saison musicale)
- Supervise l'organisation et le déroulement de concerts ou d'autres événements. (Pensez également à l'organisation du rétablissement, après une manifestation).
- Vérifie l'envoi dans les délais des invitations et des documents requis pour les séances et les assemblées.
- Transmet sans délai au comité, à la commission musicale et aux membres de la société les communications provenant de l'ACMV, de la fédération ou toute autre information importante.
- Vise toutes les factures avant paiement.
- Trie la correspondance reçue et la transmet pour prise de connaissance ou traitement aux membres du comité, à la commission musicale ou aux membres actifs de la société.
- Assume le respect des délais imposés à la société par les fédérations ou l'Association cantonale

Compétences :

- Décide de la participation du porte-drapeau et des dames/filles d'honneur aux représentations ou manifestations.
- Décide de la tenue à porter lors des représentations ou manifestations.
- Attribue les tâches aux membres du comité.
- Prépare l'ordre du jour des séances de comité.

Vice-président

Tâches :

- Soutient le président dans l'administration de la société et le remplace en cas d'empêchement.
- Tient le journal des absences et contrôle les présences lors des répétitions, des manifestations ainsi que lors des séances de la société ou des fédérations.
- Informe immédiatement le président si un membre actif manque plus de trois répétitions ou manifestations consécutives sans s'être excusé.
- Est responsable de l'organisation des aubades.
- Organise tous les présents, cadeaux ainsi que des faire-parts lors de décès.
- Reprend en cas de besoin l'organisation de manifestations.
- Établit la liste du personnel lors des manifestations.

Compétences :

- En cas nécessité, analogues à celles du président.

Secrétaire

Tâches :

- Tient le protocole lors de l'assemblée générale, d'assemblées extraordinaires, d'assemblées de membres actifs, de séances de comité et de commissions ad hoc.

- Tient toutes les correspondances de la société à l'interne et à l'extérieur, sous mandat du président.
- Tient les registres suivants :
 - Membres actifs
 - Membres d'honneur
 - De la société, Présidents et directeurs, de la fédération et de l'ACMV.
 - Les carnets des musiciens
 - Les abonnements à UNISONO (Revue des musiques suisses)
 - Donne le cadeau des présences
 - Archive les actes de la société
 - Convoque les membres

ASTUCE : POURQUOI AVEZ-VOUS BESOIN D'UN PROCÈS-VERBAL COMPLET? PEUT-ÊTRE, UN PV RÉSUMÉ À LA FIN DE LA SÉANCE SUFFIT.

Chef des finances

Tâches :

- Tient une comptabilité ordonnée de la société (si possible à l'aide d'un programme de comptabilité informatisé).
- Est responsable pour l'encaissement de toutes les cotisations et autres entrées d'argent de la société.
- Effectue tous les paiements (les factures doivent être visées par le président ou un autre membre du comité). NB : l'usage veut que les accès aux comptes bancaires ou postaux des sociétés ne puissent se faire qu'au moyen de signatures collectives (en principe de 2 personnes, habituellement le caissier et le président)
- Boucle à la fin de l'exercice comptable les comptes de la société (bilan, compte de résultat et inventaire) et les soumet à temps au contrôle des réviseurs. Il présente les comptes à l'assemblée générale.
- Établit le budget pour la nouvelle année, en collaboration avec le comité et la commission musicale, et le présente à l'assemblée générale.
- Remplit la déclaration d'impôt, veille aux remboursements d'impôts et fait les demandes nécessaires pour les éventuelles exonérations fiscales.
- Doit se comporter de manière « économe » avec les moyens de la société.

Chef du matériel

Tâches :

- Tient un inventaire détaillé des instruments (p. ex. : prêt à, instrument n°, accessoires,...) et contrôle, lors de la restitution, l'intégralité du matériel et l'état de l'instrument.
- Tient une liste détaillée du matériel annexe (luminaires, lutrins, etc.).
- Tient un inventaire détaillé des uniformes et contrôle lors de leur restitution l'intégralité des pièces et l'état de l'uniforme.
- Fait un rapport sur les différents inventaires lors de l'assemblée générale.
- Est responsable des réparations des instruments comme des uniformes et vise les factures.

Compétences :

- Peut effectuer des contrôles par sondage pour évaluer l'état des instruments ou des uniformes

Responsable du marketing et de la communication

Tâches :

- Planifie les mesures de communication pour les manifestations.
- Établit un concept de publicité pour les événements.
- Conçoit le programme pour les manifestations.
- Recherche des sponsors pour subvenir au coût de production des programmes.
- Soigne le contact avec les médias (presse, radio locale, évtl. télévision locale).
- Prend des mesures publicitaires afin de recruter de nouveaux membres (actifs ou passifs).
- Établit un budget publicitaire.

ASTUCE : ENVISAGEZ LA MISE EN PLACE D'UN COMITÉ D'ORGANISATION SPÉCIFIQUE POUR SOULAGER LE COMITÉ LORS DE L'ORGANISATION D'UNE FÊTE. CETTE COMMISSION SPÉCIFIQUE AURA LA TÂCHE D'ORGANISER LA MANIFESTATION EN ACCORD AVEC LE COMITÉ.

2.2.2 Commission musicale

La commission musicale est une commission technique. Elle est responsable des partitions et de l'orientation musicale de la société. En accord avec le directeur, sa responsabilité principale consiste à trouver une littérature musicale adaptée à la société. De plus, elle est responsable de la formation musicale de base et de la formation continue ainsi que de la promotion des jeunes. Les membres de la commission musicale sont principalement des musiciens avec une formation adéquate ou avec des compétences musicales particulières (connaissances du répertoire, etc.).

Dans la commission musicale, les fonctions/charges suivantes devraient être représentées :

- a) Sur la base de 5 membres
 - Président de la commission musicale
 - Responsable de la formation musicale (école de musique)
 - Directeur
 - Sous-directeur
 - Archiviste
- b) Si plus de 5 membres
 - Responsable de la musique des jeunes
 - Chefs de registres (dirigent les répétitions de registre)

ASTUCE : ENVISAGEZ UN PRINCIPE DE TOURNUS. DE CE FAIT, LA COMMISSION POURRAIT ÊTRE RENOUELÉE TOUS LES DEUX ANS. AINSI CHAQUE MEMBRE DE LA SOCIÉTÉ PEUT PARTICIPER DIRECTEMENT AUX CHOIX DU PROGRAMME MUSICAL.

Cahier des charges possible pour les membres de la commission musicale

Président de la commission musicale

Tâches :

- Conduit les séances de la commission musicale.
- Veille à ce que les partitions soient à disposition des musiciens en temps voulu.
- Etablit le programme d'activité pour l'année à venir, en collaboration avec le président de la société et le directeur.

- Dans le cas où un renfort musical externe est nécessaire, il prend contact avec le musicien ou la société en question, en accord avec le directeur et le responsable au sein du comité.
- Conçoit ensemble avec les membres de la commission musicale le programme musical du concert et informe les membres actifs sur le choix effectué (où établit une proposition de programme qu'il soumet au vote de la société).
- Surveille les échéances de la commission musicale.
- Informe les membres de la commission musicale sur des événements musicaux ou sur des opportunités significatives pour ladite commission.
- En collaboration avec le directeur, établit le planning des répétitions.
- Est responsable pour la tenue du registre SUISA.
- Est responsable pour la rédaction du protocole des séances de la commission musicale.

Responsable de la formation

Tâches :

- Est responsable pour la planification de la formation, la diffusion des informations, la publicité pour la musique à vent, le développement de la formation musicale auprès des jeunes et l'organisation de cette formation.
- Engage, en accord avec la commission musicale et le comité, les professeurs de musique.
- Supervise la tenue des cours.
- Coordonne avec la commission musicale l'intégration dans la société des jeunes musiciens en formation.

Directeur

Tâches :

- Est responsable de la conduite musicale de la société
- Attribue les différentes voix aux musiciens et, le cas échéant, signale à la commission musicale les besoins particuliers (en musiciens ou instruments complémentaires)
- Se procure les partitions sélectionnées lors des écoutes d'essai.

Sous-directeur

Tâches :

- Seconde le directeur dans le cadre fixé par ce dernier et la commission musicale.

Archiviste

Tâches :

- Tient toutes les archives de partitions et l'inventaire lié.
- Prépare les photocopies nécessaires des morceaux du programme pour les musiciens (ne pas distribuer les partitions originales !).
- Classe méthodiquement les partitions originales dans une armoire prévue à cet effet (p.ex. : par titre ou par compositeur).
- Tient régulièrement à jour l'inventaire des partitions et en fait un rapport à l'assemblée générale.
- Organise la distribution et la récupération des partitions.

Responsable de la musique des jeunes

Tâches :

- Est responsable de la promotion de la relève.
- Organise et tient des soirées ou des événements d'information.
- Règle avec des écoles ou des professeurs de musique externes la formation des jeunes musiciens.
- Tient le contrôle des cours (liste des présences au cours).
- Etablit pour le responsable des finances la liste des cours et leur coût.
- Vérifie les absences aux cours auprès des représentants légaux.
- Informe le comité, la commission musicale et le directeur sur le déroulement des cours.
- Informe directement le président de la société en cas d'évènement particulier.

ASTUCE : DONNEZ ASSEZ DE POIDS À L'ENCADREMENT DE LA RELÈVE. PENSEZ AU FAIT QU'IL Y A BEAUCOUP DE QUESTIONS ADMINISTRATIVES, ORGANISATIONNELLES ET FINANCIÈRES À RÉGLER, QUE LES COURS DOIVENT ÊTRE SUIVIS RÉGULIÈREMENT ET VEILLEZ À CE QUE LE CONTACT AVEC LES ÉLÈVES, LES PARENTS ET LES PROFESSEURS DE MUSIQUE NE SOIT JAMAIS INTERROMPU.

2.2.3 Equipes ad hoc pour tâches particulières

Pour des événements ou tâches particuliers, il est recommandé de mettre sur pied des petites équipes compétentes composées de 3 à 5 personnes. Ces équipes ont la tâche de soulager la structure déjà en fonction (comité et commission musicale). Un membre du comité peut éventuellement aussi intégrer une de ces équipes. Ces équipes permettent aussi à de jeunes membres de s'intégrer facilement dans la vie de la société (dans sa partie organisation et coordination). Souvent, la constitution de telles équipes révèle des aptitudes jusqu'alors inconnues et permet de créer et d'exploiter de nouvelles synergies. En fonction des tâches dévolues à ces équipes, il est parfois nécessaire d'y intégrer un membre du comité ou de la commission musicale.

Possibilité d'engagement de ces équipes ad hoc :

- Mises en place spécifiques lors de concert (p. ex. spectacle, décoration, publicité, etc.)
- Formation
- Tombola
- Loto
- Voyage de société
- Manifestations de la société (p. ex. fête pour les familles, aubades, etc.)

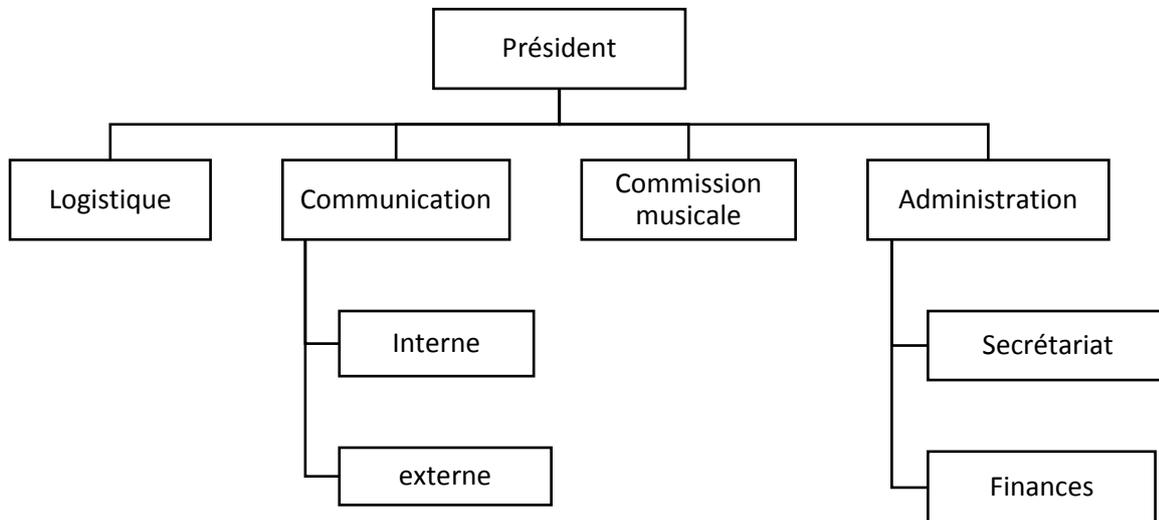
Cahier des charges/description des tâches

En règle générale, ces équipes ad hoc sont utilisées par le comité ou la commission musicale avec l'accord de la société pour des tâches uniques ou à court terme. Chaque équipe doit définir les points suivants :

- Organisation (qui est responsable)
- Tâche et but (QUOI avec QUI jusqu'à QUAND)
- Compétences
- Obligations
- Budget
- Échéance
- ...

Il est aussi conseillé de mettre par écrit ces accords entre le donneur d'ordre (comité ou commission musicale) et le chargé de mission (équipe ad-hoc).

Exemple de structure organisationnelle :



3 PLANIFICATION

3.1 Introduction

Pour un bon fonctionnement de la vie de la société, mise à part la partie musicale, il faut également tenir compte des éléments tels que l'organisation, la coordination et l'information. Celui qui planifie sa saison à l'avance et de façon détaillée pourra conduire sa société avec moins de bousculade et de stress. D'autre part, il est important de s'assurer que les informations correctes et exhaustives soient immédiatement transmises aux personnes concernées (société, comité, commission musicale ou tierce). En ce qui concerne le travail administratif, il existe des moyens conventionnels ou informatiques (p. ex. magasins pour ordinateurs et programmes, Internet). Un choix adéquat doit être fait en fonction des besoins en matière de planification, d'organisation ou d'administration.

ASTUCE : SEUL CELUI QUI REÇOIT EN TEMPS VOULU L'INFORMATION NÉCESSAIRE PEUT RÉFLÉCHIR ET DONNER SON AVIS.

3.2 Planification annuelle (programme d'activités, etc.)

- ➔ Discutez suffisamment à l'avance de comment vous voulez aborder les manifestations habituelles.

Buts

- La planification annuelle correspond en règle générale à la saison musicale de la société et doit contenir toutes les dates connues (répétitions, concerts, aubades, assemblées des fédérations et associations, etc.).
- L'agenda annuel sert à la conduite de la société ainsi qu'aux membres pour leur planification personnelle.
- La planification annuelle doit être continuellement mise à jour et transmise aux membres périodiquement.
- L'agenda annuel sert de base pour une planification ultérieure plus détaillée.

Responsable de la planification

- Un membre du comité ou de la commission musicale devrait être responsable de la tenue de l'agenda annuel (planification et mise à jour) et de la transmission des informations aux membres de la société. Cela implique que toutes les échéances choisies soient transmises aux personnes impliquées.
- Il assure la transmission des informations en temps voulu aux membres. Cela peut se faire soit par affichage au tableau d'information dans le local de musique soit par la distribution par écrit de la planification annuelle, soit encore par e-mail ou sur le site internet de la société.

Points de contrôle
- Moyen d'aide (ordinateur avec programme adéquat, liste des rendez-vous annuels) à disposition ?
- Mise ensemble des dates ?
- Mise des dates de l'année suivante sur le plan ?
- Transmission des informations ?
- Est-ce que tous les membres connaissent toutes les échéances ?
- Vérification de la présence des membres aux rendez-vous ?

- Cf. annexes : modèle de planification de l'ACMV

3.3 Planification des séances (comité, commission musicale, commissions ad hoc)

Buts

- Chaque séance doit être préparée en fonction de son importance, de façon minutieuse, détaillé et à temps.
- Toutes les séances doivent être conduites par un responsable (chef de séance, président, etc.) de manière efficace et rapide.
- Les séances ne devraient pas durer plus longtemps que d'habitude (préciser la durée sur la convocation) et ne devraient pas avoir lieu à des heures extraordinaires (p. ex. à la suite d'une répétition)
- Les résultats des discussions de toutes les séances ordinaires et extraordinaires sont à protocoler de façon compréhensible et à distribuer aux personnes présentes.

Responsable de la planification

- En règle générale, le président est responsable de la planification et de la préparation. Par délégation, des travaux de préparation peuvent être réglés par des participants. Important : la responsabilité reste chez le président.

Convocations

- Les dates des séances sont à définir suffisamment à l'avance avec les participants.
- La convocation à la séance ainsi que l'ordre du jour sont à envoyer 14 jours à l'avance.

Déroulement des séances

- Sauf cas extraordinaires, il faut s'en tenir à l'ordre du jour.
- Des thèmes importants non traités ou de nouveaux points apparus lors de la séance sont à mettre si possible au programme de la séance suivante. (Permet d'assurer les mêmes conditions d'information et de préparation).
- Un procès-verbal de la séance doit être établi et doit reporter de manière compréhensible les décisions prises ainsi que les points encore à traiter.
- Les missions distribuées sont à mettre par écrit dans le protocole. Qui est responsable de quoi et jusqu'à quand il faut que ça soit réglé.

- Les participants devraient être en possession du PV au plus tard 7 à 10 jours après la séance. Le document sert de feuille de travail.

Points de contrôle
- Date et lieu de la séance ?
- Réservation de la salle et des infrastructures nécessaires à la séance ?
- Envoi de la convocation à la séance et de l'ordre du jour ?
- Distribution des tâches pour la préparation ?
- Contrôle des échéances et de la liste des points en suspens ?
- Le PV a été fait et distribué à tous les participants ainsi qu'aux personnes mentionnées « pour info » ?
- Mise aux archives ?

ASTUCE : PRÉVOYEZ ASSEZ DE TEMPS POUR DES DISCUSSIONS LIBRES ET SUR DES NOUVEAUX THÈMES (SOIT AU DÉBUT D'UNE SÉANCE OU LORS D'UNE SÉANCE SPÉCIALEMENT PRÉVUE À CET EFFET).

3.4 Planification des concerts et des manifestations

Buts

- Une organisation-cadre responsable (groupe ad-hoc) garantit un déroulement optimal du concert/de la manifestation. Celle-ci doit prendre en considération le programme musical. Une collaboration et des décisions concertées (avec le comité de la société) sont absolument nécessaires.
- Des discussions et de la coordination faciliteront les travaux de préparation et permettront d'éviter stress et pression supplémentaires.
- Un plan d'engagement doit absolument être suivi, QUI fait QUOI QUAND !
- Après chaque manifestation, les points d'améliorations sont à mettre sous forme écrite pour permettre d'augmenter la qualité d'organisation d'un même évènement ou d'une manifestation similaire.

Organisation-cadre

Les tâches suivantes peuvent en faire partie :

- Réservation auprès des communes (p. ex. combien de tables et chaises, éclairages, contrôles à l'entrée, etc.)
- Service traiteur (p. ex. personnel de service, caisses pour le personnel de service, choix des boissons, possibilités d'alimentation, vaisselle et services, etc.)
- Tombola/Loterie (p.ex. numéros de loterie, lots gagnants, organisation des ventes, etc.)
- Publicité (p. ex. annonces, panneaux, feuilles de programme, feuilles volantes, invitations personnelles, etc.)
- Partie récréative (p. ex danse, show, etc.)

Points de contrôle
- La réservation des locaux a été faite ?
- Les correspondances écrites ou contrats sont disponibles ?
- Les bénévoles ont été engagés ?
- Les contrats nécessaires avec les groupes de variété ou entreprises ont été conclus ?
- L'aide nécessaire pour le service de fête, tombola, bar, etc. est organisée ?
- L'engagement de tout le personnel pour tous les départements a été organisé ?
- Comptes finaux bouclés ? (comptabilité de fête)

ASTUCE : CONSIGNEZ SCRUPULEUSEMENT APRÈS CHAQUE MANIFESTATION CE QUE VOUS AVEZ ORGANISÉ ET COMBIEN DE MATÉRIEL VOUS AVEZ COMMANDÉ ET/OU UTILISÉ. AINSI L'ORGANISATION L'ANNÉE SUIVANTE SERA NETTEMENT PLUS SIMPLIFIÉE ET VOUS POURREZ VOUS CONCENTRER SUR LES POINTS D'AMÉLIORATION.

3.5 Planification financière

Buts

- Avec une planification financière poussée et adaptée aux circonstances des surprises désagréables du type insolvabilité, manque de liquidités ou problème financier de plus grande ampleur peuvent être évitées. Attention : il n'existe pas d'assurance couvrant 100% des risques !
- Une planification financière à long terme (au min. 3 à 5 ans) permet de couvrir des frais de grande ampleur (nouveaux uniformes, nouveaux instruments, nouveau drapeau, autre jubilé, etc.) par la constitution de réserves (démarchage par écrit de donateurs ou sponsors).

Responsable des finances (caissier)

- Fondamentalement, les responsabilités et compétences sont à régler dans les statuts de la société, en prenant en compte les prescriptions de la loi.
- Le responsable des finances, en plus de sa responsabilité pour la tenue des comptes ordinaires de la société, doit toujours être lié aux autres activités en lien avec les finances de la société. Ainsi, il est conseillé de l'introduire en tant que responsable financier dans les commissions ad hoc (lotos, festivals, etc.)
- Il essaie de tenir les finances à l'équilibre à l'aide de mesures de conduite (sponsoring, donateurs, compatibilité du ménage, comparaison des factures, suivi du budget, etc.).
- Il signale à temps au comité de la société (président et membres) les problèmes financiers éventuels et propose si nécessaire un plan d'assainissement.

Points de contrôle
- Le plan de financement sur 3 à 5 ans est conçu et accepté ?
- Budget annuel conçu et accepté ?
- Équilibre des finances (Budget/Facturation) ?
- Dissolution des problèmes de liquidités actuels par la libération de réserves ?
- Participation au comité et/ou à des commissions ad hoc garantie ?
- Est-ce que les informations du domaine financier lui sont transmises ?
- Est-ce que les prescriptions de loi pour la comptabilité sont appliquées ?
- Vérifications des comptes par des personnes agréées (en conformité avec les statuts de la société)

3.6 Transmission de charges

But

- Éviter des problèmes de conduite ou des pertes de savoir-faire lors des transmissions de charges par une planification du renouvellement des membres des groupes de conduite (comité, commission musicale, comité de fête ou autres groupes temporaires).

Planification de personnel

- Il est conseillé d'échelonner sur plusieurs années les changements de fonctions lorsque celles-ci concernent des mandats portant sur plusieurs années. On peut par exemple élire une moitié du groupe (comité, commissions musicales, etc.) lors d'une année paire et l'autre moitié lors d'une année impaire.
- Les membres en fonction sont tenus d'annoncer leur démission à l'avance et dans la mesure du possible en proposant un candidat en remplacement.
- Il s'avère aussi qu'il y a des membres qui peuvent mieux endosser des fonctions (connaissances particulières, possibilités d'engagement, intégration au groupe, etc.) et à qui des responsabilités peuvent être transmises. Si cela n'est pas le cas, des lacunes ou des absences dans certains domaines ou fonctions ne sont pas à exclure. Il peut en résulter une augmentation des charges de travail dans les autres fonctions.

Points de contrôle
- Planification régulière du personnel faite et vérifiée ? (En parler avec les teneurs de fonctions !)
- Planification pour le personnel faite et corrigée pour les 3 à 5 ans à venir ?
- Personne trouvée pour les fonctions à pourvoir ? Aptitudes vérifiées ?
- Élections complémentaires préparées ?
- L'explication des fonctions et la transmission des documents s'y rapportant effectuée ?
- L'introduction par le prédécesseur de fonction a été faite ?

3.7 Moyen d'aide

- Microsoft Office
- Programme de gestion de société
- Programme gestionnaire de compte pour société
- Connexion internet
- Tableau d'information dans le local de musique (tableau blanc, tableau avec aimants, etc.)

4 PUBLICITÉ

4.1 Introduction

De nos jours, la publicité occupe une part de plus en plus importante pour les sociétés de musique, entre autres raisons pour compenser la baisse de soutien financier de la part des collectivités publiques. Cependant, il n'en va pas que pour l'assurance d'une assise financière, mais aussi pour la mobilisation du public pour les différentes manifestations ou pour le recrutement de la relève. D'un point de vue financier, une planification des campagnes de publicité est à recommander, car l'argent investi en affiches et autres moyens de communication doit avoir un but précis et permettre d'atteindre les objectifs visés.

ASTUCES : ANALYSEZ LES DÉPENSES DÉJÀ EFFECTUÉES PAR VOTRE SOCIÉTÉ EN PUBLICITÉ TANT POUR DES MANIFESTATIONS QUE POUR DU RECRUTEMENT ET CHERCHEZ À EN DÉTERMINER LE RAPPORT EN COMPARANT L'INVESTISSEMENT FAIT AVEC LES RÉSULTATS OBTENUS.

4.2 Publicité auprès du public

Les sociétés peuvent faire de la publicité pour leurs manifestations de diverses manières : flyers, annonces, articles de presse, internet, e-mails, etc. Souvent, la publicité se fait au dernier moment avec les moyens du bord. Plus tôt que cela, nommez un responsable de la communication qui sera chargé de coordonner la publicité pour chaque manifestation, tâche qu'il pourra assurer avec une équipe réduite.

Comme les principales dates du calendrier annuel de la société sont dans la plupart du temps fixées à l'avance, il serait recommandable de les faire connaître aussi du grand public. Essayez, autant que possible, de les présenter via les médias, sur internet ou par une campagne d'affichage.

Un contact personnel avec les médias est de nos jours très important. Les journaux régionaux ont malheureusement de moins en moins de ressources pour couvrir toutes les manifestations locales. C'est la raison pour laquelle un contact personnel au sein des rédactions locales représente un avantage certain. Si cela n'est pas possible, rédigez vous-même une annonce de chaque manifestation, avec l'espoir que la rédaction utilise ce matériel promotionnel et envoie un reporter pour en assurer la couverture médiatique. De nombreux médias mettent à la disposition des sociétés locales un agenda des manifestations sur leur site internet.

Les communications aux membres passifs, mécènes et autres donateurs font également partie de la communication au public. Ce type de communication est de la première importance puisqu'elle touche les soutiens financiers de la société. À cet effet, il faut bien réfléchir au concept de communication pour obtenir le meilleur résultat. Quelles sont les activités à mettre en avant pour intéresser

d'éventuels donateurs ? Doit-on développer de nouvelles activités, autres que les traditionnels concerts annuels pour attirer plus de monde ? N'oubliez pas que ce type de public souhaite aussi être informé et souhaite aussi participer aux activités de votre société.

Assurez-vous des opportunités à votre disposition pour mener une campagne de publicité efficace et pleine de succès. Avez-vous la possibilité de faire paraître régulièrement un journal de la société ? Est-il possible de faire paraître des articles dans les journaux périodiques de la région ? Pour qu'une campagne de publicité soit couronnée de succès, il est important que le public entende parler de la société régulièrement, quel que soit le média utilisé. Mais en plus des articles de presse, il est important que la société présente à son public des prestations musicales de qualité.

Le directeur et la commission musicale doivent mettre à jour et renouveler régulièrement le carnet de marche. D'un côté, le public ne souhaite pas entendre pendant 5 ans toujours les mêmes marches et, d'un autre côté, la société se doit de présenter toute sa palette musicale lors de ses concerts de place. Tous ne veulent pas entendre que des marches ou que des pièces de divertissement. Le directeur devrait gérer les prestations musicales de sa société comme un "product manager" et chercher à les vendre à son public le mieux possible.

Qu'en est-il des manifestations traditionnelles, en particulier des aubades et autres petites prestations occasionnelles ? Sont-elles encore justifiées ? Il n'y a pas de bonne ou mauvaise solution – demandez-vous ce qui fait sens pour votre société. Prenez également en compte les conséquences financières d'un changement. Et considérez par-dessus tout si la société appréciera ou pas la suppression d'une aubade que certains considèrent comme pénible. L'absence de musiciens nuit au son de la société, ce qui génère de la frustration sur les musiciens présents et ce qui se ressent également auprès des auditeurs – un cercle vicieux en quelque sorte !

Alternative possible : organiser des aubades trimestrielles ou une fois par an dans une salle de concert. Dans la mesure du possible, faites-vous aider par d'autres sociétés locales afin de se répartir les tâches et les coûts (personnel pour les stands à manger, à boire, ...) - vous aurez plus de succès ensemble qu'en faisant une aubade seule.

ASTUCE : NOMMEZ AU SEIN DE VOTRE COMITÉ UN RESPONSABLE POUR LES MANIFESTATIONS. CETTE PERSONNE DEVRA PRÉSENTER UN CONCEPT DE PUBLICITÉ POUR LA MANIFESTATION EN QUESTION, QUI SERA PRÉSENTÉ À LA SOCIÉTÉ ET RÉALISÉ APRÈS ACCEPTATION.

ASTUCE : DISCUTEZ LORS DE CETTE ASSEMBLÉE QUELLES MANIFESTATIONS PUBLIQUES SERONT ASSURÉES, SOUS QUELLE FORME ET COMMENT ELLES SERONT "COMMERCIALISÉES".

ASTUCE : SOYEZ ATTENTIFS AUX IMAGES ET TEXTES PUBLIÉS SUR LA SOCIÉTÉ SUITE AUX MANIFESTATIONS PUBLIQUES. UNE BELLE PRÉSENTATION AMÈNERA DE NOUVEAUX AUDITEURS AUX PROCHAINS CONCERTS.

4.3 Recrutement de la relève

De nos jours, les jeunes ont de nombreux moyens pour occuper leur temps libre, que ce soit par le sport, les musiques actuelles, les chœurs ou bien d'autres activités encore. Toutes ces associations recherchent également des jeunes pour assurer leur relève et ont donc les mêmes soucis que les sociétés de musique.

Comment motiver des jeunes à rallier les rangs d'une société de musique ? Il faut là aussi faire appel à la publicité. Car il ne faut pas compter sur le fait que la relève viendra d'elle-même, les jeunes devront être contactés directement et de manière personnalisée par les sociétés.

Une des meilleures manières pour gagner l'intérêt des plus jeunes consiste à organiser une démonstration d'instruments. Faites venir les parents et les enfants un samedi après-midi au local de la société pour une présentation des instruments utilisés au sein de la société. Invitez les professeurs d'instrument à cette présentation et faites-les participer au dialogue.

Avez-vous la possibilité de proposer une activité musicale, dans le cadre d'un passeport-vacances, avec le concours de membres de votre société ?

Si votre société ne prend pas en charge la formation des jeunes musiciens, prenez contact avec une école de musique voisine et voyez avec elle quelle formation elle propose et quelle collaboration vous pouvez développer avec elle.

Il ne faut pas oublier que la publicité pour le recrutement de jeunes musiciens s'adresse aussi à leurs parents, car ce sont eux qui supportent finalement les frais de formation de leurs enfants. Une information préliminaire et exhaustive à leur attention est indispensable. Quelle est la durée du cours, quels sont les coûts de la formation, est-ce que la société met à disposition un instrument ou est-ce à charge des parents ...?

ASTUCE : LES ÉCOLES DE MUSIQUE SOUTIENNENT LES PARENTS DONT LES REVENUS SONT FAIBLES. DÉTERMINEZ À L'AVANCE SI LA SOCIÉTÉ PEUT PARTICIPER AUX COÛTS DE FORMATION EN CONTREPARTIE D'UN ENGAGEMENT DE L'ENFANT À ÉVOLUER AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ PENDANT UNE DURÉE DÉTERMINÉE.

Si une musique des jeunes existe déjà dans votre région, proposez-lui de vous rejoindre lors de certaines manifestations, que ce soit en ouverture de concert ou pour interpréter quelques pièces ensemble.

4.4 Financement

La publicité a toujours un coût. Pour cette raison, il est important de prévoir un poste "publicité/marketing" au budget et de lui attribuer un certain montant. Il en va de même pour la formation de la relève, quel que soit le type de formation choisie.

Les programmes, affiches et autres journaux de la société peuvent également être financés par la publicité. Attention toutefois à ne pas les transformer en supports publicitaires.

Les pièces musicales peuvent également être offertes par de généreux donateurs. Il ne faut toutefois pas que les donateurs imposent ce que la société doit jouer, mais plutôt que le directeur ou la commission musicale proposent un choix de pièces aux mécènes. La société peut également développer différents concepts permettant aux donateurs de choisir des morceaux rejoignant les vœux de la société.

ASTUCES : Y A-T-IL UNE ENTREPRISE DANS LA RÉGION AVEC LAQUELLE VOUS POURRIEZ CONCLURE UN CONTRAT DE SPONSORING ?

4.5 Remarques finales

Seules les sociétés qui peuvent présenter des concepts marketing soignés pour la recherche de public ou le recrutement de la relève obtiendront des résultats notoires.

Une analyse approfondie de la situation est indispensable et pourra déterminer les possibilités de développement en matière de publicité.

La publicité en faveur d'une société est indissociable de l'engagement de ses membres. Directeur, membres de la commission musicale, membres du comité doivent élaborer ensemble des concepts de communication, qui doivent être ensuite présentés et acceptés par l'ensemble de la société pour une mise en pratique commune et réussie.

5 COMMUNICATION

5.1 Information au sein de la société

5.1.1 Introduction

De nos jours, les gens sont submergés quotidiennement d'informations plus ou moins pertinentes. Dans cet environnement, il est difficile de garder encore une vue d'ensemble.

Dans chaque société, dans chaque entreprise, le choix des informations que vous diffusez à l'interne ou à l'extérieur est primordial. Les personnes ont une sensibilité différente selon qu'elles aient reçu ou non l'information. Décider ce qu'il faut filtrer dans le flux d'information est un choix difficile.

Les membres de la société veulent cependant être informés. Pour éviter des discussions inutiles, il est important de travailler sur un concept d'information cohérent au sein de la société.

ASTUCE : AVANT DE DIFFUSER UNE INFORMATION, VÉRIFIEZ-EN LA PROVENANCE AINSI QUE LE LIEU ET LA DATE D'ÉMISSION.

5.1.2 Informations sur les évènements

Une société organisant un grand nombre de manifestations peut généralement se baser sur une longue expérience. La plupart des membres sont informés sur la manière de gérer de tels évènements. Dès lors, il s'agit simplement de planifier les délais à temps.

ASTUCE : PRÉPAREZ DÉJÀ POUR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE UN PROGRAMME ANNUEL AVEC TOUTES LES MANIFESTATIONS DÉJÀ CONNUES AUXQUELLES LA SOCIÉTÉ DOIT PRENDRE PART. CELA PERMETTRA À TOUS LES MEMBRES DE RÉSERVER LES DATES DANS LEURS AGENDAS.

INSTALLEZ UN TABLEAU D'AFFICHAGE DANS LE LOCAL DE MUSIQUE, SUR LEQUEL VOUS POURREZ INSCRIRE TOUTES LES DATES PRÉVUES. LES MUSICIENS AURONT AINSI L'OCCASION DE LES VOIR À CHAQUE RÉPÉTITION.

Les membres ont besoin d'information plus détaillée avant l'évènement en question. Généralement, il s'agit de définir qui fait quoi et quand. Plus les informations données sont précises, plus les membres sont « au clair » sur leurs tâches.

ASTUCE : CRÉEZ SI NÉCESSAIRE UN PLAN D'ENGAGEMENT SUR LEQUEL SERONT MENTIONNÉES TOUTES LES TÂCHES (QUI, QUELLE TÂCHE, QUAND, COMBIEN DE TEMPS). CELA VOUS DÉCHARGE EN TANT QUE RESPONSABLE ET AIDE AU DÉROULEMENT OPTIMAL DE L'ÉVÈNEMENT.

Pour les manifestations planifiées ultérieurement, il faut informer les membres au plus vite. Là également, il est judicieux d'informer personnellement les membres tout en portant au tableau les informations à mémoriser.

Pour les festivals de musique, il est recommandé de distribuer à chaque membre un aide-mémoire adapté comportant toutes les informations importantes pour le bon déroulement de la fête en question.

5.1.3 Informations générales

Il est important que chaque membre soit informé sur toutes les activités en lien avec la société, que ce soit à l'interne ou à l'extérieur. Les sociétés de musique, les fédérations régionales, l'association cantonale et même l'ASM envoient des documents sur des manifestations à venir, des cours, etc. Toutes ces informations doivent absolument être accessibles à tout un chacun.

Un président – qui est en principe la personne de contact pour les intervenants externes - a le devoir d'informer sa société en ce sens. Plus particulièrement lorsqu'il s'agit d'offres de cours proposés par l'association faitière, il est important que les informations soient transmises sans délai dès réception. Il y a en effet généralement des dates limites d'inscription qui doivent être respectées et les membres intéressés doivent avoir la possibilité de s'inscrire dans les délais.

ASTUCE : IL FAUT INSTALLER UN SUPPORT DANS LES ALENTOURS DU TABLEAU D'AFFICHAGE OÙ LES PROGRAMMES DES CONCERTS, LES ORGANISATIONS D'AUTRES SOCIÉTÉS ET AUSSI LES PROPOSITIONS DE COURS PEUVENT ÊTRE DÉPOSÉS. AINSI LES MEMBRES PEUVENT S'INFORMER PAR EUX-MÊMES APRÈS LA PREMIÈRE INFO DONNÉE PAR LE PRÉSIDENT.

5.1.4 Informations sur des projets, nouveautés/changements

À notre époque de grands et rapides changements, chaque société doit également se développer. Des prises de décisions unilatérales ne sont en général pas appréciées par les membres et sont souvent sujettes à critiques.

Sitôt qu'il y a une éventuelle nouveauté, un changement envisagé ou un projet qui a été discuté dans un petit cadre, il faudrait informer la société. C'est la seule manière d'impliquer tous les membres et d'obtenir ainsi leur concours pour mener à bien le projet. Généralement, les membres n'apprécient pas d'être mis devant le fait accompli.

En principe, il n'est pourtant pas recommandé de parler directement à la société d'un premier jet concernant un nouveau projet. Pourquoi ne pas faire travailler tout d'abord une petite commission, si cela fait sens ? Ce groupe ad hoc peut envisager les avantages et les inconvénients du nouveau projet et prendre les premières décisions.

ASTUCE : INFORMEZ TÔT LA SOCIÉTÉ SUR VOS PROJETS. C'EST LA SEULE FAÇON D'AVOIR LE SOUTIEN DE TOUS LES MEMBRES AU FINAL.

5.1.5 Remarque finale

De nos jours, chaque être humain veut être informé sur tout. Un manque d'information ou une orientation déficiente ne permet pas à la société de se développer dans un climat serein.

Si les membres se sentent suffisamment informés par le comité, ils s'impliqueront dans le développement de la société. La mise en place de priorités dans l'information est toutefois souhaitable, car il ne faut pas oublier que chacun appréhende l'information différemment.

5.2 Information vers l'extérieur

5.2.1 Introduction

Le meilleur des concerts n'apporte aucune satisfaction s'il n'est pas donné devant une grande affluence. La publicité revêt ainsi une importance primordiale pour toute société de musique. Et si vous parvenez à remplir une salle grâce à votre fidèle public, n'oubliez toutefois pas que les « âmes fidèles » vieillissent aussi et qu'il faut aussi renouveler son public. Beaucoup de sociétés se battent pour glaner des auditeurs.

Il est impératif de nommer un responsable de la communication (ou chef de presse). Le président et/ou le secrétaire étant généralement saturés, ils ne pourront encore assumer ce rôle et le faire sérieusement en plus de leurs tâches habituelles.

Les tâches ci-dessous ne doivent pas forcément toutes être faites par la même personne. Créez ainsi pour chaque manifestation un petit concept, concernant le domaine de la communication. Tenez compte des points suivants :

- Manifestation
- Public cible
- Moyens financiers
- Moyens de communication à utiliser ?

La publicité est un travail fastidieux – ne sous-estimez pas vos efforts. Si vous voulez toucher un nouveau public, vous devez augmenter votre effort et apporter de nouvelles idées. S'en tenir au modèle habituel ne suffira pas pour retenir l'attention d'un public plus important.

ASTUCE : LE RESPONSABLE DE L'INFORMATION (OU CHEF DE PRESSE) NE DOIT PAS FORCÉMENT APPARTENIR AU COMITÉ. AINSI DE JEUNES MEMBRES PEUVENT ÊTRE MOTIVÉS ET ÊTRE FORMÉS POUR DES FONCTIONS FUTURES.

DANS UN TEL CAS, IL FAUT TOUTEFOIS NOMMER UN RESPONSABLE AU SEIN DU COMITÉ POUR GARANTIR LE FLUX D'INFORMATIONS À TRANSMETTRE ET COORDONNER LES ACTIVITÉS.

5.2.2 Flyers/programmes de concert

Il faut accorder une grande importance à la qualité des flyers ou programmes de concert. Ce flyer est le premier (et souvent le seul) contact avec la société de musique. Présentez-vous ainsi rapidement, mentionnez une adresse de contact et publiez succinctement les dates de vos manifestations. Les coûts de production peuvent être couverts par des annonces – faites cependant attention à ce que la portée des annonces ne détériore pas l'image de la société.

Les flyers sont généralement imprimés et distribués beaucoup trop tard. Ils devraient être disponibles 3 à 4 semaines avant le concert. Souciez-vous rapidement de la distribution : membres d'honneur, membres passifs, donateurs, amis, connaissances, sociétés voisines et amies, tous ménages, etc.

Imprimez si possible beaucoup de flyers - les coûts supplémentaires sont marginaux. Distribuez-les dans les magasins de musique de la région. Donnez-en aussi deux douzaines à chaque musicien afin qu'ils puissent les distribuer et faire de la publicité dans leur entourage personnel. Y a-t-il des commerçants dans votre société ? Peut-être peuvent-ils joindre le flyer à leur correspondance.

Si vous ne pouvez créer un flyer par vous-même, envisagez les possibilités suivantes :

- Avez-vous dans votre société un jeune talent en dessin qui pourrait composer un flyer selon les instructions du comité ?
- Connaissez-vous dans votre région une institution pour personne handicapée, qui pourrait faire de tels travaux à bas coûts ? Ces institutions ont cependant besoin de plus de temps qu'un imprimeur.

Votre flyer devrait pouvoir être identifié (à votre société) facilement.

ASTUCE : BEAUCOUP DE PROGRAMMES DE CONCERT ARRIVENT TELLEMENT TARD QU'ILS NE PEUVENT MÊME PLUS ÊTRE PRÉSENTÉS À LA SOCIÉTÉ DE MUSIQUE. VOTRE FLYER DOIT POUVOIR ÊTRE DISTRIBUÉ AU MOINS TROIS SEMAINES AVANT LE CONCERT DANS LA BOÎTE AUX LETTRES DES SOCIÉTÉS DE MUSIQUE AMIES.

5.2.3 Invitations

En plus des feuilles volantes il peut être suggéré d'inviter certaines personnes par un écrit particulier. Des invités possibles sont : politiciens, membres d'honneur, personnalités importantes, parents des jeunes musiciens, des membres potentiels (gens qui jouent d'un instrument et qui peuvent être motivés pour devenir membre), sponsors, éventuels investisseurs, école de musique, professeur de musique (qui forme votre relève ou qui habitent dans votre bassin d'influence), etc.

ASTUCE : LE MEILLEUR EFFET PUBLICITAIRE, VOUS L'AVEZ SI VOUS ANNONCEZ À VOTRE CONCERT LE PROCHAIN ÉVÈNEMENT DE LA SOCIÉTÉ DE MUSIQUE

5.2.4 Presse

Les journaux et la radio locale sont inondés par un flux de communiqué, évènements et souhaits. Les rédactions peuvent généralement utiliser cinq pour cent du matériel qui leur est fourni quotidiennement. Ne soyez pas déçus si vous n'avez pas de succès la première fois ou même à chaque fois. Et demandez-vous avant tout comment surpasser cette haute barrière de sélection. Une rédaction a peut-être plus de joie si vous présentez le concept pour les jeunes qu'avoir un compte-rendu de concert.

Les tâches suivantes sont à faire :

Recherche d'adresse Rechercher les adresses des médias de votre région (quotidien, hebdomadaire, journaux gratuits, organe de publication officiel avec des

parties rédactionnelles, feuilles de quartier, radio locale, télévision régionale, brochure régionale de l'association de musique, etc.)

Calendrier d'évènement Fournissez à ces médias du matériel de votre calendrier (« envoyé »). Pouvez-vous fournir une image de votre société ou de votre dirigeant ? Qu'est-ce qui est particulier à votre évènement ? Prenez note du délai de rédaction qui échoit souvent une semaine ou 10 jours avant la date de parution. Votre annonce d'évènement doit ainsi être envoyée trois semaines avant l'évènement. Informez-vous si les médias dans les alentours ont un site internet avec le calendrier des évènements sur lequel vous pouvez écrire.

Invitations Vérifier dans la région quelles sont les habitudes. Inviter si c'est la règle un critique ou un chroniqueur. Évitez-le si ce n'est pas la règle – faites pression si vous avez quelque chose d'exclusif. Ce type d'invitation doit être fait 2 à 3 semaines avant l'évènement.

Propre compte-rendu Beaucoup de médias ne peuvent pour raison financière envoyer un chroniqueur aux évènements de société. Il accepte dans beaucoup de cas des comptes -rendus (envoyés après l'évènement). Vérifiez de ce fait si vous avez un talent en écriture dans votre société. Ce type de compte-rendu devrait être court. Ne jugez pas – ce n'est pas à vous de juger si le concert était « bien » ou le public était « épanoui ». Si vous écrivez par vous-même, la retenue est le mot d'ordre. Évitez des éloges.

ASTUCE : ESSAYER DE CONSTRUIRE UNE RELATION À LONG TERME AVEC UN CHRONIQUEUR OU UN RÉDACTEUR POUR L'INVITER À DES OCCASIONS PARTICULIÈRES.

5.2.5 Annonces

Une seule annonce n'influence en règle générale rien. Vous n'aurez du succès qu'avec de la publicité répétée. Prenez la perte de diffusion en compte – il est possible qu'une feuille volante dans les ménages des villages des alentours fasse plus d'effet qu'une annonce dans le journal.

Si vous ne pouvez élaborer l'annonce par vous-même, vous devez donner toujours à l'annonceur des instructions très claires (par écrit !) :

- Taille
- Coûts maximaux
- Placement (supplément pour placement particulier à prendre en compte) ; des souhaits ne coûtent en règle générale rien et sont souvent pris en compte
- Délai
- Qu'est-ce qui doit être écrit en gros, en petit

L'annonce doit tenir en peu de texte (les gens sont fainéants en lecture), mais être absolument clair et répondre aux questions suivantes :

- Qui ?
- Quoi ?
- Où ?
- Quand ?

Vérifier ces points :

- Qu'est-ce qui doit être atteint avec cette annonce ?
- Public cible ?
- Quel média ?
- Coûts ?
- Délais ?

ASTUCE : DE NOMBREUX MÉDIAS PROPOSENT DES CONTRATS PUBLICITAIRES COMBINÉS. VÉRIFIEZ À TEMPS LA FORMULE QUI VOUS CONVIENT.

5.2.6 Affiches

Les affiches ont un effet de rappel. Elles soutiennent les autres moyens publicitaires. En plus, elles ne sont prises en compte que fugitivement. Cela signifie qu'elles doivent contenir peu de texte (qui, quoi, quand, où ?) et si possible être affichées en avance et en grande quantité.

Beaucoup de points que vous devez prendre en compte ont été cités sous moyens de publicité. Votre affiche doit particulièrement frapper – donner de l'importance au graphisme. Ici des changements sont le bienvenu.

Ne sous-estimez pas le temps nécessaire pour poser les affiches. Pour cela, vous pouvez utiliser de jeunes membres (pour des lieux plus lointains, vous ne pouvez utiliser que des membres motorisés). Si vous distribuez le travail, contenez l'effort dans des limites raisonnables. Cherchez activement de nouvelles places où poser des affiches – faites cependant attention s'il y a des prescriptions où vous pouvez mettre vos affiches dans votre commune.

ASTUCE : BEAUCOUP DE MAGASINS N'ACCEPTENT QUE DES AFFICHES QUI NE DÉPASSENT PAS UNE CERTAINE GRANDEUR. PRENEZ CELA EN CONSIDÉRATION OU IMPRIMEZ DES AFFICHES DE DIFFÉRENTES TAILLES.

5.2.7 Internet

Ce média devrait être utilisé par toutes les sociétés. Avec la présence sur internet des programmes annuels, jubilés, etc. peuvent être annoncés rapidement. Sur son propre site internet peuvent aussi être divulguées des informations comme l'effectif, le comité, la commission musicale. Il est aussi possible de faire son propre registre d'adresses pour envoyer des e-mails avant un concert ou évènement.

Des communes, sociétés de transports, associations régionales tiennent des calendriers d'évènements sur leur site internet. Recherchez les possibilités d'y placer vos « activités ».

ASTUCE : DANS TOUTES LES POSSIBILITÉS QUE PROPOSE INTERNET, N'OUBLIEZ PAS LES LIGNES DIRECTRICES DE LA PROTECTION DES DONNÉES.

ASTUCE : BEAUCOUP DE COMMUNES, SOCIÉTÉS DE TRANSPORTS, ASSOCIATIONS RÉGIONALES TIENNENT DES CALENDRIERS D'ÉVÈNEMENTS SUR LEUR SITE INTERNET. INFORMEZ LES RESPONSABLES À L'AVANCE. PARFOIS IL Y A AUSSI DES TÉLÉTEXTES LOCAUX QUI PEUVENT CONTENIR DES CALENDRIERS D'ÉVÈNEMENTS.

6 RELÈVE

6.1 La recherche de la relève

6.1.1 Introduction

La musique développe l'intelligence et les compétences sociales des jeunes. La musique est un cadeau pour toute la vie. Celui qui pratique la musique développe de manière évidente ses capacités de concentration, son ouverture envers les autres, sa curiosité et son humanité. L'apprentissage musical forme la personnalité. Il améliore le climat social et augmente la motivation. Des études faites auprès d'écoles hongroises, allemandes et suisses ont permis de le constater de manière impressionnante. Chaque enfant devrait avoir le droit d'avoir une formation musicale.

L'ACMV n'a pas la prétention de vous donner des solutions dans ce chapitre sur la relève. Les points suivants sont à considérer plutôt comme une incitation à l'action. Les auteurs veulent proposer des

idées, car il n'y a pas de recettes toutes faites en matière de formation. Les points particuliers doivent toujours être adaptés aux conditions locales.

Notre seul souhait est le suivant : *ne soyez jamais satisfaits de la situation présente !*

- Inculquez à toutes les parties concernées par la formation une conscience de leur responsabilité. Au final, c'est la qualité qui prime, et non la quantité. Car quel serait l'apport de musiciens mal formés qui se distingueraient surtout par des absences répétées ?
- Soyez persévérants. Sur six musiciens formés, il n'y en aura peut-être qu'un seul pour lequel les efforts auront porté.
- La formation de la relève ne doit pas être confiée à celui qui a le plus de temps disponible, mais à celui qui a été formé de manière optimale.
- De nos jours, les possibilités de loisirs à disposition sont énormes et les attentes sont grandes. Si la musique à vent veut survivre, elle doit proposer une offre attractive et de grande qualité. Mais les jeunes doivent aussi être conscients que la musique exigera beaucoup de leur part. Participer simplement parce que c'est cool (ou parce que c'est la dernière tendance à la mode) ne suffira de loin pas. Seul celui qui s'engage véritablement aura du succès.

ASTUCE : DISCUTEZ AVEC VOS COLLÈGUES DES OBJECTIFS DE VOTRE SOCIÉTÉ. ANALYSEZ LA SITUATION ACTUELLE. ADAPTEZ ENSUITE LE CONCEPT DE FORMATION AUX BUTS À ATTEINDRE.

6.1.2 Cours de musique en Valais

La musique à vent occupe une place de choix en Suisse. La formation musicale propose une offre essentielle dans le développement de la personnalité. Mais la musique à vent ne confère du plaisir qu'à la condition que le bagage technique et musical soit suffisant. L'ACMV n'organise pas elle-même la formation des musiciens. Chaque société, commune, région a son mode de formation

Formation instrumentale à choix auprès de l'école de musique : durée et type de cours (individuels ou de groupe) fixés par vous-même. Avantage : formation constante, cours individuels adaptés aux connaissances de l'élève plutôt que selon un programme fixé d'avance.

Solfège, langage musical et formation de l'audition : Ces cours sont les compléments de formation idéaux au cours instrumental et préparent idéalement aux examens de IASM.

L'ASM propose sur son site un programme de formation ainsi que leurs différentes étapes : <http://www.windband.ch/> sous règlement de formation.

6.1.3 Différents concepts de formation

Pour les jeunes, la musique est symbole de joie de vivre. L'enthousiasme est déterminant pour l'avenir d'une occupation de loisir – celle-ci ne doit pas être enfermée dans un modèle de formation trop contraignant.

En matière de formation, on peut envisager quatre modèles de base :

Modèle 1	sans musique des jeunes	sans école de musique
Modèle 2	sans musique des jeunes	avec école de musique
Modèle 3	avec musique des jeunes	sans école de musique
Modèle 4	avec musique des jeunes	avec école de musique

Chaque modèle a ses avantages, mais aussi ses inconvénients. Et chaque système de formation peut avoir des conséquences indirectes – par exemple sur la qualité de la formation ou sur les finances de la société.

6.1.4 Rôle de l'école de musique – de la société

- La décision de savoir si la société forme elle-même sa relève ou si elle la confie à une école de musique n'appartient qu'à ses responsables.
- Les arguments pour une formation interne à la société sont :
 - Le rapport direct avec la musique à vent
 - Des coûts plus bas
 - Le renforcement des liens sociaux et l'intégration automatique au corps de musique
 - Le partage des idéaux et de l'enthousiasme propre à la société
- Les arguments pour une formation au sein d'une école de musique sont :
 - Des enseignants professionnels et une formation de qualité
 - De plus en plus de musiciens professionnels viennent du monde de la musique à vent
 - L'expérience des professeurs de musique
 - Les qualités pédagogiques de l'enseignement
 - Des enseignants et conseillers provenant d'un milieu autre que familial ou de la société de musique

De nos jours, les professeurs de musique doivent s'occuper de leurs « clients ». Il y a beaucoup de professeurs d'instrument et beaucoup d'entre eux n'auraient plus de travail sans les élèves des sociétés de musique. De bons contacts entre les professeurs, les parents et les sociétés sont primordiaux.

Les écoles de musique communales et cantonales n'ont pas pour première priorité d'envoyer leurs élèves dans les sociétés de musique. Ces dernières n'auront du succès que si elles s'occupent elles-mêmes du **recrutement** de leurs jeunes et les envoient ensuite dans les écoles de musique.

6.1.5 Enseignant

Qui doit former votre relève ? Ne choisissez pas le premier venu, mais réfléchissez plutôt au type d'enseignant dont vous avez besoin. Et le meilleur n'est peut-être pas non plus le moins cher. Selon vos moyens, envisagez les possibilités suivantes :

- Membre de la société, si possible avec certificat non-professionnel
- Musicien amateur avec certificat non-professionnel
- Étudiant en musique
- Enseignant professionnel

Une formation de base solide est le pré requis nécessaire pour mener une activité musicale pleine de succès et de satisfactions. Les premiers pas avec un instrument constituent une étape importante et marquante dans la carrière de chaque musicien. Demandez-vous si un enseignement professionnel n'apporte pas, à long terme, de meilleurs résultats.

ASTUCE : SOIGNEZ LE CONTACT AVEC « VOS » PROFESSEURS DE MUSIQUE. DIALOGUEZ RÉGULIÈREMENT AVEC EUX. PLANIFIEZ DES ACTIVITÉS CONJOINTES (CONCERTS, CAMPAGNES DE RECRUTEMENT, CAMPS DE MUSIQUE, ETC.). FRÉQUENTEZ SES LEURS CONCERTS. INVITEZ-LES COMME SOLISTE(S) À VOTRE CONCERT ANNUEL. ASSISTEZ À SES LEURS COURS.

6.1.6 Formation (6.1.6)

Discutez des questions suivantes :

Formation

- Est-ce qu'il faut enseigner le solfège au préalable dans un cours séparé ou doit-il être intégré au cours d'instrument ?
- Quel est le meilleur moment pour le choix de l'instrument ?
 - o au début de la formation ?
 - o après quelques leçons de solfège ?
- Qu'est-ce qui prime lors du choix d'instrument ?
 - o le souhait de l'élève selon son inscription ?
 - o les besoins de la société (en fonction des registres à combler) ?
 - o les recommandations du professeur de musique ?
- Est-ce que la formation se donne en cours privés ou en sessions de groupe ?
- Combien de semestres faut-il envisager pour une formation de groupe ?
- L'élève peut-il intégrer un corps des cadets ? Après combien de semestres d'apprentissage d'instrument ?
- Quelle est la durée prévue de la formation ? Discutez des modèles suivants :
 - o de 3 à 4 ans
 - o jusqu'à la fin de la scolarité obligatoire
 - o au-delà de la fin de la scolarité obligatoire (c'est souvent à cet âge que l'élève progresse le mieux)

Concerts

Les concerts constituent le piment de chaque formation. Ils incitent à plus s'entraîner, ils permettent la comparaison entre les élèves de la même volée, ils appelleront d'autres jeunes à entreprendre une formation instrumentale. Donnez à vos jeunes suffisamment d'occasions de se produire. Par exemple :

- Audition annuelle
- Production dans un ensemble
- Intégration aux concerts de la société de musique : production durant l'entracte, intégration au corps de musique pour quelques pièces.
- Productions individuelles dans des homes, lors de services religieux, etc.

Concours

Les jeunes aiment se comparer. De nombreux concours régionaux individuels ou d'ensembles sont organisés.

- Certaines fédérations organisent lors de leur festival un concours des jeunes solistes.
- Pour les cuivres, le championnat valaisan des jeunes solistes et quatuors en décembre de chaque année à Sion.
- Pour les percussionnistes, le championnat valaisan de percussion en novembre de chaque année à Brigue.
- Pour les cuivres et les bois, le Junior Slow Melody Contest, chaque année au printemps dans un lieu différent
- Pour les cuivres, le Championnat suisse des solistes et quatuors, chaque printemps dans une région différente.
- Pour les cuivres et les bois, le concours suisse des solistes et ensembles (CSSE) en septembre de chaque année à Langenthal.

Camps de musique

Un camp de musique renforce le sentiment d'appartenance à un groupe, d'autant plus quand on peut jouer dans une ambiance détendue. Le travail concentré sur une semaine permet une

formation de qualité – un camp de musique d'une semaine équivaut à une période de formation de 4 à 6 mois. Les camps de musique ont encore d'autres avantages :

- L'engagement des jeunes relève l'image de nos sociétés.
- Un camp de musique attractif motivera d'autres jeunes à apprendre un instrument.
- Il est plus simple de trouver des sponsors pour la formation des jeunes que pour la société de musique (vaut aussi pour d'autres types de sociétés et pour des « petits » sponsors).

D'un point de vue organisationnel, le lieu idéal pour un camp doit se trouver à un maximum de 2 heures de route.

Les camps de musique organisés loin du lieu de résidence de la société, renforcent la solidarité des participants, même si leur coût est plus important.

Pour les plus motivés, des camps sont organisés à des niveaux régionaux voir nationaux. Les candidats sont parfois soumis à un examen d'admission.

Formation de groupe

Tout comme la formation individuelle, l'enseignement en groupe comporte des avantages et des inconvénients. Si le professeur peut mieux s'occuper de l'élève dans un cours individuel, la « pression du groupe » sera plus motivante pour ce dernier. Si la formation de groupe permet d'améliorer le jeu d'ensemble, le professeur peut par contre mieux se concentrer sur les besoins particuliers de l'élève lors d'une leçon individuelle. Les avantages d'un type de formation sont souvent les inconvénients de l'autre. Il se peut qu'un type de formation soit préférable à l'autre en fonction de l'âge des élèves. Mais la question de la qualité de la formation prime sur celle du choix entre une formation individualisée ou de groupe.

À ce sujet, discutez des combinaisons possibles :

- Début de formation en groupe, puis répartition dans des cours individuels ?
- Nombre d'élèves par groupe ? 2, 5, 8 ?
- Est-ce que votre école de musique propose, à côté des cours individuels, de jouer dans un ensemble ?
- Cours individuels au sein de l'école de musique, complétés par des cours de groupe donnés au sein de la société de musique ?

Formation continue

- Est-ce qu'une formation continue est garantie au sein de votre société ?
- Existe-t-il des possibilités de formation au sein du corps de musique ?
- Est-ce que les élèves ont la possibilité de jouer dans une petite formation (musique de chambre, musique populaire, rock/pop, jazz) ?
- Consultez-vous régulièrement les offres de cours disponibles (ACMV – ASM – Conservatoire - AMO) ?
- Assistez-vous régulièrement avec votre relève aux concerts d'autres sociétés ?

6.1.7 Recrutement

Albert Benz a écrit : « Discutez des possibilités existant pour éveiller l'intérêt pour la musique à vent dans les écoles (concert de jeunes, auditions d'élèves, présentation d'instruments à vent dans les écoles, collaboration avec des écoles de musique, réunions de parents, reportages dans la presse locale, invitations à des répétitions ou des concerts). »

D'autres possibilités pour le recrutement des jeunes :

- Feuilles d'information de sociétés, journaux locaux
- Courriers directs
- Mailings aux ménages, flyers

- Bouche-à-oreille
- Soirées de présentation de la société, présentations d'instruments
- Publicité lors des concerts de la société
- Visite dans les écoles, flyers sur les panneaux d'information des écoles
- Publicités dans les journaux
- Demandes aux adultes, parents

ASTUCE : INTENSIFIEZ LES CONTACTS AVEC L'ÉCOLE. FORMEZ UN ENSEMBLE AVEC L'ÉCOLE, PLANIFIEZ DES MANIFESTATIONS COMMUNES.

6.1.8 Cours d'initiation, cours d'initiation à l'instrument

À quel âge doivent débiter les cours d'instrument ? À l'inverse des instruments à cordes, l'apprentissage des instruments à vent auprès des plus jeunes est peu répandu. Les progrès des jeunes instrumentistes sont pourtant spectaculaires et durables. Dans un cours d'initiation à la musique, l'intérêt n'est pas de former des petits génies, mais bien d'éveiller le plaisir à produire des sons.

Un cours d'initiation musicale est particulièrement intéressant quand il permet à l'enfant de choisir un instrument qui lui corresponde et qui le motivera à vouloir apprendre à en jouer. La plupart des écoles de musique proposent des cours d'initiation pour des jeunes enfants. On ne leur apprendra pas un instrument en particulier, mais plutôt le plaisir de la musique et des notions de rythmique.

6.1.9 Matériel

Instrument

Un bon instrument en parfait état de marche et facilement jouable est déterminant. Celui qui fournit à l'enfant un instrument de mauvaise qualité ne doit pas se plaindre de son manque d'intérêt. Pas besoin d'un instrument luxueux, mais simplement qu'il soit de qualité et fonctionnel.

Si vous n'êtes pas sûr, par exemple de l'intérêt de l'enfant, renseignez-vous auprès du magasin de musique sur les possibilités suivantes :

- location au lieu d'un achat
- location-vente avec possibilité de retour

Lutrin

Chaque élève a besoin d'un lutrin à domicile

Accessoires

Vérifiez que l'élève a tout le petit matériel à sa disposition, comme l'écouvillon, la graisse pour les lièges, l'huile pour les pistons, un petit tournevis, un classeur pour les partitions, une sacoche, un support pour son instrument. Vérifiez également que l'instrument est bien protégé lors des transports (coffre, sac adapté).

6.1.10 Percussion / Tambours

Les exigences concernant le groupe des percussions ont énormément augmenté ces dernières années. La percussion ne s'improvise plus, mais est devenue une composante importante de la musique à vent. À cela s'ajoute le fait que le percussionniste doit être capable de jouer de plusieurs instruments de percussion.

Soyez attentifs au fait que les tambours et les percussions jouent des instruments fondamentalement différents. Celui qui sert un instrument appartenant à la section rythmique doit avoir des connaissances particulières dans le domaine (ce n'est pas le seul élément, mais c'est particulièrement valable pour les musiciens jouant d'un instrument à clavier et des timbales). Des connaissances en piano peuvent dans ce cas être un avantage.

Pour les tambours, les cours sont également soutenus par la LoRo.

ASTUCE : ATTACHEZ AUTANT D'ATTENTION À VOS MOYENS DE PERCUSSION QU'À VOS EMOUCHURES. UNE PAIRE DE BAGUETTES NE SUFFIT PAS. LES ORCHESTRATIONS MODERNES (Y COMPRIS DANS LE DOMAINE DE LA VARIÉTÉ) EXIGENT UNE MULTITUDE D'INSTRUMENTS DE PERCUSSION DIFFÉRENTS ET DIFFÉRENTES BAGUETTES À LA DURETÉ VARIABLE.

6.1.11 Musique des jeunes – ou pas ?

Voici ce qu'écrit Albert Benz dans son livre « Blasmusikkunde/Probenmethodik » (méthode d'enseignement pour les orchestres à vent) :

- Un problème peut apparaître quand vous dirigez une société de bonne qualité dans laquelle on a intégré un jeune musicien issu de l'école de musique, mais pas encore complètement formé. Que faites-vous ?
- Que faites-vous si les jeunes musiciens de l'ensemble de jeunes sont en passe d'être « grillés » (trop de manifestations, trop peu de formation, compositions de peu d'intérêt) et ne retirent aucun intérêt de la musique à vent ?
- Que faites-vous lorsqu'un bon élève de l'école de musique et de l'ensemble de jeunes arrive, mais n'est pas motivé par son intégration dans la société (mauvaise discipline, niveau plus faible, moins joli uniforme, objectifs, directeur, comportement dévalorisant ou simplement perte de ses habitudes dans la musique des jeunes) ?
- Beaucoup d'écoles de musique et de musiques de jeunes voient dans leur activité en premier lieu un devoir d'éducation et peu une organisation destinée à former la relève d'une société locale. Il faut pourtant accepter ce point de vue. Sachant cela, que pouvez-vous faire pour que beaucoup de jeunes trouvent leur chemin dans la musique à vent ?

La constitution d'une musique des jeunes peut renforcer le poids de la formation. La possibilité de s'exercer dans un ensemble déjà dans les premières années renforce les connaissances musicales et forme la personnalité. Faire de la musique représente bien plus qu'une simple activité de loisir. L'élève apprend à s'intégrer dans une société. Et par sa participation, le groupe lui apporte un sentiment de satisfaction.

La constitution d'un ensemble de jeunes dépend entre autres des questions suivantes :

- Nombre de jeunes musiciens
- Capacités financières
- Divers éléments organisationnels

En premier lieu, vous devez absolument clarifier les points suivants :

- Quelle est votre priorité : la qualité musicale de la musique des jeunes ou l'augmentation du nombre de membres de la société de musique ?
- Qui décide des promotions d'un ensemble vers l'autre ?
- Est-ce qu'une participation simultanée aux deux ensembles fait sens et est profitable ?

Discutez du moment des « promotions » au sein de l'ensemble des adultes :

- Individuellement ou après un nombre fixe de semestres ?
- Automatiquement ou après la réussite d'un examen ?

La question de l'âge est moins décisive lors de la promotion. Une intégration réussie dépend beaucoup plus des points suivants :

- Est-ce que la formation continue après l'intégration dans l'ensemble d'adultes ?
- Comment se passe le suivi au sein de la société (suivi personnel avec un système de parrainage, inscription à une formation continue, etc.).

Lorsque le nombre de musiciens est trop faible pour la formation d'un propre ensemble de jeunes :

- Formez un ensemble commun avec des sociétés voisines (soit de manière permanente, soit pour les événements particuliers, p.ex. pour un concert commun). Cela peut se faire indépendamment du fait d'avoir une formation commune ou pas.
- Organisez un camp de musique (semaine de formation) en commun avec d'autres sociétés de musique. Les ensembles et les camps de musique renforcent la motivation.

Si vous ne pouvez pas former votre propre musique de jeunes, il y a les alternatives suivantes :

- Travail en commun avec les sociétés voisines
- Un ensemble au lieu d'une musique des jeunes
- Collaboration avec une école de musique et les ensembles existants au sein de cette école

Lorsque la formation de base a lieu dans une école de musique, il est extrêmement important de lier les jeunes à la société au moyen d'un ensemble ou d'une musique de jeunes, et pas seulement avec pour but de compter de nouveaux membres. Si vous ne suscitez pas très tôt l'intérêt pour la musique d'ensemble, ne soyez pas étonnés d'un intérêt déficient pour votre société de musique.

6.2 Financement de la relève

6.2.1 Introduction

Chaque enfant peut prétendre à une formation musicale. Il existe une multitude d'offres d'occupations de loisir. Si une société de musique veut faire partie de cette offre, sa proposition pour la formation des jeunes, entre autres, se doit d'être attractive. Et cette attractivité entraîne des conséquences financières.

Dans les paragraphes suivants, nous voudrions vous donner des idées sur comment financer la formation de la relève dans la musique à vent. Il n'existe pas de recette miracle valable pour toutes les sociétés en matière financière, comme dans tous les autres thèmes abordés dans ce guide. Mais vous pourrez certainement appliquer une ou l'autre idée dans le cadre de votre société.

6.2.2 Coûts

Coûts pour la formation de la relève

- salaire du professeur (diffère selon le degré de formation)
- location d'instruments
- partitions
- coûts du local
- frais de publicité
- coûts pour l'organisation d'un camp musical
- coûts supplémentaires pour la formation continue (des instrumentistes ou des formateurs)
- soutien des frais de cours ACMV – ASM – LoRo.

ASTUCE : ENVISAGEZ DE PARTAGER LES COÛTS SUSMENTIONNÉS EN COLLABORANT AVEC UNE SOCIÉTÉ DE MUSIQUE VOISINE.

Coûts liés à une formation déléguée à une école de musique

- participation aux coûts de l'école de musique
- coûts du directeur de la musique des jeunes
- frais administratifs
- partage des coûts parents/société
- location d'instruments
- matériel scolaire
- coûts supplémentaires pour la formation continue

- soutien des frais de cours ACMV – ASM – LoRo
- Il existe les possibilités suivantes pour le partage des coûts de formation instrumentale de la relève par une école de musique :
- les parents paient d'avance les coûts de formation dus à l'école de musique et reçoivent ensuite un remboursement de la société de musique :
 - o la société de musique paie un montant fixe par élève, en fonction des leçons suivies au sein de l'école de musique (alternative : le montant augmente chaque semestre)
 - o l'école de musique établit une facture pour les parents, qui peut varier en fonction des revenus de ceux-ci ou si plusieurs enfants de la même famille suivent les cours (subvention).

ASTUCE : VÉRIFIEZ LES CONDITIONS QUE L'ÉCOLE DE MUSIQUE PEUT APPLIQUER À VOTRE SOCIÉTÉ (TARIFS DE GROUPE)

6.2.3 Finances

a) Budget

Clarifiez les points suivants :

- Est-ce que la formation des élèves est comprise dans le budget de la société ? Il est préférable d'établir un tel budget pour en assurer le financement.
- Existe-t-il un fonds pour la formation des élèves ? L'avantage d'un tel fonds consiste dans le fait qu'il peut couvrir indépendamment les frais y relatifs. En cas de double comptabilité, un compte « Formation » peut être tenu séparément.
- Les coûts susmentionnés (p.ex. frais de location d'instruments) vont affecter le budget de la même manière.

b) Financement

D'où pourraient venir les entrées ?

- montants versés par les parents
- revenus des concerts (entrées, collecte)
- concert de la société au profit de la formation des élèves
- attribution d'une partie des cotisations des membres ou des membres passifs à la formation de la relève
- cotisations des membres d'honneur
- envoi de demande spécifique aux sponsors
- appel de fonds

ASTUCE : ALLEZ TROUVER DES DONATEURS POTENTIELS AVEC LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ, POUR CE QUI TOUCHE LA FORMATION DES JEUNES (COMMUNE, BOURGEOISIE, ENTREPRISES PRIVÉES). IL EST PARFOIS POSSIBLE D'ENVISAGER UN CONCEPT DE FORMATION AVEC LES ENTITÉS MENTIONNÉES CI-DESSUS DANS LE BUT DU DÉVELOPPEMENT DE LA JEUNESSE.

6.2.4 Soutien de l'ACMV, la LoRo et l'ASM

L'association cantonale entretient avec la Loterie Romande un partenariat depuis la fin des années nonantes. Il a évolué au fil des années mais reste un plus fort soutien à la formation de nos jeunes. Le partenariat de la LoRo est actuellement (en 2015) le suivant

- 100.- par élève qui joue dans la société et qui suit un cours d'instrument.
- Un montant est aussi versé pour les jeunes qui ne sont pas encore dans les rangs. L'ACMV se charge de la répartition.

L'ASM verse un montant pour les jeunes qui jouent dans la société qui suivent un cours d'instrument et ont passé l'examen de l'ASM (selon règlement de formation)

L'ACMV apporte aussi sa contribution en complément à l'ASM pour les élèves qui passent ces examens.

7 FORMATION CONTINUE

7.1 Introduction

Faire de la musique est un besoin vital pour l'homme. Le règlement de formation 99 de l'ASM précise qu'« avec le langage et l'illustration, la musique est un moyen de communication essentiel pour l'être humain ». Cette activité procure du plaisir, mais pour autant qu'on la maîtrise un peu.

Une formation continue permanente est un élément essentiel pour pouvoir assimiler l'évolution rapide de la littérature et de la société. Et la grande variété de musique à vent suisse la rend d'autant plus intéressante.

La formation continue est bien plus que le suivi occasionnel d'un cours. Celui qui ouvre ses yeux et ses oreilles trouvera de nombreuses occasions pour développer ses capacités intellectuelles, émotionnelles et manuelles à travers la musique. Et la qualité de la formation prend toujours plus d'importance. Une réflexion critique doit nous permettre de distinguer une littérature de qualité d'une autre dépassée ou pauvre en matière.

De nombreuses formations continues sont gratuites ou ne coûtent pas plus qu'un ticket de cinéma. Mais plus important que le prix de la formation, le soin que l'on apporte à cette offre et à son contenu soit déterminant.

ASTUCE : DISCUTEZ AVEC VOTRE DIRECTEUR DE LA PALETTE EXISTANT EN MATIÈRE DE FORMATION CONTINUE. FIXEZ-VOUS DES OBJECTIFS COMMUNS À ATTEINDRE ET CONTRÔLEZ-LES RÉGULIÈREMENT.

7.2 Public cible

La formation continue concerne, de la même manière, musiciens et directeurs. Ce qui est déterminant pour les deux catégories, c'est l'engagement personnel que chacun y met, plutôt que d'attendre que l'impulsion vienne d'un tiers. Même une implication forte n'est pas gage de succès. Les profits ne viennent que lorsque chacun est prêt à accepter les nouvelles tendances avec un esprit critique.

ASTUCE : LA PLUPART DES FORMATIONS CONTINUES S'ADRESSENT SOIT AUX INSTRUMENTISTES, SOIT AUX DIRECTEURS. DEMANDEZ-VOUS SI LE SUIVI D'UN COURS DESTINÉ À L'AUTRE GROUPE CIBLE FERAIT SENS.

7.3 Concerts, Festivals, Concours

Une des meilleures occasions de formation continue consiste à assister à des concerts. Le suivi d'une manifestation regroupant toutes les catégories de difficulté est l'occasion idéale. Prêtez également une oreille attentive aux formations faisant autre chose que de la musique à vent. En assistant à un concert donné par un chœur, il est possible que vous appreniez plus qu'en cinq concerts de fanfares. Écoutez aussi régulièrement des œuvres interprétées par des musiciens professionnels.

Il est courant qu'un footballeur de 3^e ligue assiste au match d'une équipe régionale évoluant en Super League. Profitez des fêtes fédérales ou cantonales ainsi que des différents concours nationaux ou régionaux pour aller écouter les meilleurs ensembles du pays.

Exemples de manifestations musicales ayant régulièrement lieu en Suisse :

- Fête Fédérale des Musiques
- Fêtes Cantonales des Musiques
- Concours National des Brass Bands à Montreux
- Festivals d'été (Verbier, Gstaad, Lucerne, ...)
- Montreux Jazz Festival

ASTUCE : PRENEZ L'HABITUDE DE CONSULTER L'AGENDA DES CONCERTS DANS VOTRE JOURNAL QUOTIDIEN.

7.4 Séminaires / Camps nationaux

Différentes organisations mettent régulièrement sur pied des séminaires de formation continue, aussi bien pour les directeurs que pour les instrumentistes (souffleurs et percussionnistes). Suivez les offres de :

L'Association cantonale des musiques valaisannes : organisation régulière de séminaires pour directeurs ou instrumentistes.

L'Association romande des directeurs de musique (ARDM) : organisation de congrès et séminaires.

L'Association de la musique militaire suisse : idem.

L'ASM organise chaque année 2 camps d'été pour des formations de jeunes musiciens (Harmonie Nationale des Jeunes et Brass Band National des Jeunes)

WASBE Schweiz : organisation de séminaires et visites de conférences sur la musique.

L'Association suisse des Brass Bands et le NJBB organisent occasionnellement des formations continues.

De plus en plus de camps de musique et de cours privés de toutes sortes sont organisés.

7.5 Instrument

La formation continue sur son propre instrument est particulièrement recommandée, pour les musiciens et pour les directeurs. Pour ce faire, inscrivez-vous pour des cours individuels auprès d'un professeur de musique. Cela peut se faire de manière plus sporadique si le temps et les moyens financiers vous font défaut.

7.6 CD / DVD

L'offre de supports musicaux électroniques est énorme de nos jours. Il n'est pas nécessaire de posséder soi-même de nombreux CDs. Ce qui est plus important, c'est de connaître l'offre existante et de savoir où trouver ce que l'on cherche. Échangez des CDs avec vos collègues afin d'élargir vos connaissances.

Dans le domaine des programmes informatiques, il existe aujourd'hui de nombreux programmes d'apprentissage (par exemple pour apprendre l'harmonie). Ce type d'apprentissage vous permet de gérer vous-même les heures de cours, le tempo et l'intensité de la formation. Il faut également citer les programmes de notation musicale tels que Finale, Allegro (version allégée de Finale) et Sibelius, programmes que l'on peut trouver auprès de tous les sites spécialisés.

ASTUCE : UNE BONNE FORMATION CONTINUE CONSISTE À ÉCOUTER PLUSIEURS ENREGISTREMENTS DE LA MÊME ŒUVRE ET À LES COMPARER.

7.7 Magasins de musique

C'est intéressant d'aller fouiller de temps en temps dans un magasin de musique. Ce n'est qu'en connaissant les nouveautés sur le marché que l'on peut juger les tendances actuelles. Consulter les catalogues des maisons d'édition est aussi important, mais ne suffit pourtant pas. Visitez des magasins de musique pour prendre connaissance en détail de la nouvelle littérature.

7.8 Répétitions de registre

Organisez-vous vous-même : une prise en charge par registre sera très motivante. Trouvez un professeur de musique pour le registre, ou renseignez-vous auprès d'une école de musique. De nombreuses écoles de musique ont étoffé leur offre de formation et sont prêtes à répondre aux demandes des sociétés.

ASTUCE : FIXEZ POUR VOTRE SOCIÉTÉ UN JOUR DÉDIÉ À LA FORMATION, DURANT LEQUEL LES CONNAISSANCES DE BASE DES MUSICIENS (PAR REGISTRE) SERONT AMÉLIORÉES.

7.9 Échanges de directeurs

Invitez des collègues directeurs à vos répétitions. Vous obtiendrez un meilleur écho sur votre manière de travailler (plus objectif que de la part de vos musiciens). De même, visitez vos collègues pour apprécier leur travail auprès de leurs sociétés respectives.

Un échange de directeur peut apporter une nouvelle motivation : dans la mesure du possible, l'échange de directeur se fait de manière non annoncée lors d'une répétition choisie. Il est aussi envisageable d'échanger les directeurs pour un temps déterminé, par exemple pour la préparation d'un concert particulier.

7.10 Pédagogie / psychologie

Deux questions de base se posent : qu'est-ce que l'Homme, qu'est-ce que la formation et, plus spécialement pour un musicien, qu'est-ce que la formation musicale ? Lorsque nous dirigeons, nous répétons, nous enseignons, nous agissons de concert avec des êtres humains, et non pas avec des instruments. La question se pose alors : comment agissons-nous avec nos musiciens ? Nous ne travaillons pas dans le vide, mais avec un moyen qui se nomme la musique. Le succès du travail du directeur dépend autant de son humanité que de son opinion sur la formation musicale.

S'il lui manque cette connaissance globale, le directeur agira avec une approche humaine réduite et une vision musicale unilatérale. Il en résulte une approche pédagogique lacunaire. Il s'agit de renouveler l'approche holistique perdue par la société moderne.

Réveillez votre intérêt pour les fondements de la pédagogie : qui est l'Homme, qui sommes-nous vraiment ? Et que résulte-t-il de cette question sur l'Agir devant et au sein d'un orchestre ?

ASTUCE : NE LIMITEZ PAS VOS ÉTUDES DANS LE DOMAINE DE LA PSYCHOLOGIE ET DE LA PÉDAGOGIE AU SEUL CHAMP DE LA MUSIQUE À VENT, MAIS ADRESSEZ-VOUS AUSSI AUX SPÉCIALISTES HORS DE NOTRE SCÈNE.

7.11 Formation de directeur

Envisagez-vous l'activité de directeur comme une partie importante de votre vie ? Alors il vaut la peine d'investir dans une formation de direction auprès du Conservatoire cantonal en collaboration avec l'AMO, cours mis sur pied aussi en collaboration avec l'ACMV. Ces formations sont également ouvertes aux directeurs déjà en activité.

ASTUCE : L'ASSOCIATION CANTONALE DES MUSIQUES VALAISANNES SOUTIEN LES PARTICIPANTS AU COURS DE DIRECTION QUI SONT DOMICILIÉS DANS LE CANTON OU QUI DIRIGENT UNE SOCIÉTÉ DE MUSIQUE VALAISANNE.

8 CONCERT

8.1 Introduction

Ce chapitre ne vous donnera pas d'instructions particulières pour des concerts spéciaux. Il tend plutôt à rassembler des idées et concepts généraux pour la planification d'un concert.

Le plus simple consiste à reprendre le schéma d'un concert traditionnel, existant depuis des décennies. Si un tel concert attire un nombreux public et enthousiasme les spectateurs présents, alors aucun changement ne s'impose en principe. Si toutefois l'un de ces points ne s'applique plus, il faut alors réfléchir aux mesures à prendre pour reconquérir le public. Vous trouverez peut-être dans cette présentation une ou plusieurs nouvelles idées applicables pour y parvenir.

Presque tout dépend d'une planification de concret précoce. La plupart des idées développées par la suite ont besoin de temps pour être réalisées. Commencez ainsi votre planification très tôt, surtout si vous souhaitez inviter d'autres sociétés ou des solistes étrangers à votre corps de musique.

Le public est un facteur important de succès pour un concert. Demandez-vous toujours de manière très critique à quel public vous destinez tel ou tel concert. Consultez tout au long de l'année les différents publics-cibles (membres passifs, membres honoraires, auditeurs jeunes et plus âgés, amateurs de musique à vent ou non, etc.). Chaque concert ne doit pas et ne peut pas s'adresser à tous ces cercles, mais essayez de vous adresser avant chaque concert au public-cible déterminé.

ASTUCE : ESSAYEZ TOUJOURS D'ORGANISER DES CONCERTS DESTINÉS À UN « NOUVEAU » PUBLIC. VOUS AIDEREZ AINSI À AUGMENTER CONTINUELLEMENT LES AMATEURS DE MUSIQUE À VENT. LE RECRUTEMENT DE NOUVEAUX MEMBRES EST IMPORTANT POUR L'AVENIR DE NOS SOCIÉTÉS.

8.2 Le programme du concert

En tout premier lieu, le directeur et la commission musicale doivent se faire une idée générale du contenu du futur programme de concert. Une recherche étendue dans la littérature musicale est importante pour une composition de programme réussie. Cette recherche peut s'avérer longue et fastidieuse et ne peut pas se faire en une ou deux semaines.

La littérature musicale est disponible pour tous les types de formation et pour toutes les catégories (classement selon la difficulté d'exécution). Il y a de multiples façons de faire la connaissance de nouvelles œuvres. L'une des meilleures, mais aussi certainement la plus longue, consiste à assister aux concerts d'autres sociétés. De nos jours, les éditions de musiques offrent le plus souvent des enregistrements des nouvelles pièces qu'elles distribuent. C'est une aide précieuse pour les commissions musicales à la recherche de nouvelles partitions. Attention toutefois à bien garder en mémoire que ces enregistrements sont effectués la plupart du temps par des orchestres professionnels et que la pièce choisie ne s'adaptera peut-être pas de manière aussi optimale à votre ensemble.

Une idée originale de concert consiste à choisir un thème particulier. Puisque vous limitez ainsi la littérature éligible, vous devrez travailler le concept précocement.

ASTUCE : FAITES ATTENTION À CE QUE LE CONCERT NE DEVIENNE PAS MONOTONE ET ENNUYEUX POUR LES AUDITEURS EN RAISON DU CHOIX D'UN THÈME UNIQUE. ÉVITEZ ÉGALEMENT DE CHOISIR UN THÈME PORTANT SUR UN SEUL TYPE DE MORCEAUX (PAR EXEMPLE : SAMBA TOTAL !). N'ESSAYEZ PAS NON PLUS DE COUVRIR TOUS LES STYLES MUSICAUX LORS DE CHAQUE CONCERT. VEILLEZ PLUTÔT À CE QU'AU FIL DES ANS LA PROGRAMMATION DES CONCERTS COUVRE TOUS LES STYLES SOUHAITÉS.

Pourquoi pas un concert dédié à un compositeur ? Il y a maintenant des compositeurs pour orchestres à vent dont les créations sont si nombreuses et variées qu'un programme de concert à la fois intéressant pour les musiciens et enthousiasmant pour le public peut être présenté.

Dès les premières recherches de partitions, faites attention à la durée totale du concert. Un programme est rarement trop court. Au contraire, on assiste souvent à des prestations trop longues. Dès que les auditeurs commencent à regarder leur montre, vous avez dépassé la durée optimale. Dans l'idéal, le public devrait regretter que le concert se termine déjà ! Et si c'est le cas, vous pouvez être sûr que ce même public attendra avec impatience votre prochain concert.

8.3 Comment mettre en valeur un concert

Il y a de nombreuses manières pour mettre en valeur un concert « normal ». Veillez toutefois à ce que toute installation serve votre cause et améliore votre présentation. Évitez de trop charger la scène par des éléments qui vont dominer votre ensemble et le faire passer en arrière-plan.

ASTUCE : RESTEZ GLOBALEMENT SOBRE AVEC LES AMÉNAGEMENTS ET AUTRES ÉLÉMENTS DE SPECTACLE ET METTEZ TOUJOURS L'ACCENT SUR UNE PARFAITE EXÉCUTION MUSICALE DES PIÈCES

PRÉSENTÉES. DANS LE CAS CONTRAIRE, UNE MISE EN SCÈNE TROP IMPORTANTE POURRAIT LAISSER PENSER AU PUBLIC QUE VOUS SOUHAITEZ ATTIRER SON ATTENTION SUR AUTRE CHOSE QUE LA MUSIQUE.

Si votre société forme de jeunes musiciens, pensez au moins une fois par année à les présenter au public lors d'un concert. De même, si une école de musique ou une musique des jeunes sont actives dans votre région, pensez à prendre contact avec leurs responsables pour organiser un concert commun.

Beaucoup de sociétés n'ont pas de tambours et doivent engager des formations externes pour les défilés et autres prestations de musique de marche. Pensez à intégrer ces formations à l'un de vos concerts.

La mise en avant d'un soliste issu de la société est toujours une solution intéressante. C'est une source de motivation pour les jeunes – et moins jeunes – talents de votre société. Discutez suffisamment tôt avec le soliste prévu et convenez avec lui de la pièce à exécuter. Il doit être en parfaite adéquation avec le choix du morceau pour en réaliser une interprétation réussie et permettre ainsi à votre société d'obtenir un succès probant.

Vous avez peut-être la possibilité d'engager un soliste invité pour une prestation lors d'un concert. Soyez attentifs toutefois à ne pas décourager les membres de la société avec une telle décision. Commencez, par exemple, avec un musicien professionnel que les musiciens connaissent et estiment. Il apportera alors une source de motivation supplémentaire pour les membres de la société.

Avec les moyens techniques à disposition actuellement, il est devenu plus simple d'agrémenter votre concert d'effets impressionnants. Veillez toujours à ce que les effets ne dominent pas la musique. Ils doivent au contraire la mettre en valeur agréablement.

Essayez par exemple une fois d'accompagner votre musique de film avec la projection de scènes tirées du film en question.

ASTUCE : N'OUBLIEZ PAS QUE L'IMPLÉMENTATION D'ÉLÉMENTS TECHNIQUES EST SOUVENT FRAGILISÉE PAR DES PANNES. NE LÉSINEZ DONC PAS SUR LES ESSAIS. CE SERAIT DOMMAGE QUE VOS BONNES IDÉES ÉCHOUENT EN RAISON D'UN PROBLÈME TECHNIQUE !

Vous pouvez aussi essayer une fois d'inviter à votre concert des groupes de musique autres que d'orchestre à vent. Pourquoi pas un concert spirituel avec un organiste (il existe de nombreuses pièces pour orchestre à vent et orgue) ? Avez-vous déjà pensé à organiser un concert commun avec un orchestre de la région ? Vous pouvez également envisager des pièces avec chanteurs (chœur d'hommes, de femmes, chœur mixte ou encore chanteurs solistes).

La liste de possibilités est encore longue, il ne tient qu'à vous de saisir les opportunités et de passer à l'acte.

ASTUCE : EN PLUS DE NOUVELLES EXPÉRIENCES POUR VOS MUSICIENS, DE TELLES INNOVATIONS VOUS APPORTERONT TOUJOURS DE NOUVEAUX SPECTATEURS DANS VOS SALLES DE CONCERT.

8.4 La présentation du concert

Il est important d'apporter une attention particulière à la présentation du concert. Parler devant un public n'est pas donné à tout le monde, et tant la télévision que la radio nous ont habitués à des standards élevés. Nous avons consacré beaucoup de temps et d'efforts à répéter les pièces musicales dans leurs moindres détails, et pour bien les mettre en valeur, il est nécessaire de préparer avec le même sérieux un mot d'accueil, de remerciement ainsi que des courtes présentations de chaque pièce.

ASTUCE : ENGAGEZ UN PRÉSENTATEUR EN DEHORS DE VOTRE SOCIÉTÉ ET QUI EST HABITUÉ A PARLER EN PUBLIC. CELA VOUS COUTERA PEUT-ÊTRE UNE PETITE CONTRIBUTION, QUI SERA POURTANT BIEN INVESTIE : VOUS OBTIENDREZ CERTAINEMENT UNE MEILLEURE ATTENTION DES AUDITEURS NON SEULEMENT POUR LES PRÉSENTATIONS, MAIS AUSSI POUR LES PIÈCES MUSICALES DU CONCERT.

8.5 La salle de concert

La réservation de la salle de concert doit absolument être comprise dans la planification de la saison. Toutes les salles n'offrent pas une acoustique optimale pour nos représentations. Dans beaucoup de cas, l'acoustique peut être améliorée par de petits aménagements apportés par vos soins. Peut-être votre société a pour membre un ou plusieurs artisans capables d'effectuer les travaux requis. Dans tous les cas, n'hésitez pas à consulter un acousticien pour vous conseiller. Ces investissements vaudront d'autant plus la peine si vous utilisez cette salle de manière régulière. Et si plusieurs sociétés utilisent la même salle, les frais en question pourront être partagés.

8.6 Après le concert

Tout de suite après un concert, il est très important que les musiciens soient à nouveau motivés par de nouvelles échéances ou un nouveau projet. Le concert représente l'aboutissement d'un travail intensif effectué dans un but bien précis et – nous l'espérons – couronné de succès. L'enthousiasme généré peut toutefois retomber très vite si aucun nouveau but n'est en vue. C'est le travail du directeur, des membres de la commission musicale et du comité directeur de planifier déjà avant le concert les échéances suivantes. De cette manière seulement, le directeur sera en mesure de distribuer à la répétition suivant le concert les nouvelles partitions pour le prochain concert – après bien sûr une courte critique verbale du concert passé.

Vos musiciens n'auront ainsi pas le temps de perdre leur motivation et votre société se remettra en selle immédiatement pour une nouvelle apogée musicale !

9 RECHERCHE DE DIRECTEUR

9.1 Introduction

Le chef d'orchestre modèle son ensemble. Un bon directeur aux qualités adaptées à sa société est gage de réussite et de vie harmonieuse. Les aspects personnels comptent autant que les compétences professionnelles. De nos jours, un directeur de musique doit également reprendre certaines fonctions managériales. Établissez un profil aussi large que possible.

9.2 Analyse

Entrenez une analyse complète

Question	Responsable
Pourquoi le directeur démissionne-t-il ?	Comité / Commission musicale
Y a-t-il eu trop de changements de directeurs dans les dernières années ?	Comité / Commission musicale
Qu'est-ce qui peut être amélioré par la société ?	Membres de la société
Envisager un sondage des membres par écrit	Président
Analyser la collaboration entre le directeur, le comité et la commission musicale	Comité / Commission musicale

Cf. annexes : étude faite par Joël Pfammatter sur notre site :

9.3 Fixation d'objectifs

Un cahier des charges doit être établi par le Comité et la Commission musicale, établissant les objectifs visés lors de l'engagement d'un nouveau directeur, tels que :

- objectifs musicaux
- les moyens de rémunération, selon les différentes catégories (salaire, remboursement de frais,...)
- les diverses activités de la société
- les jours de répétitions
- les activités liées à la tâche de directeur, à lister par ordre d'importance
- les visions ou objectifs à long terme de la société

9.4 Recherche

Les recherches pour un nouveau directeur doivent être entreprises tant par le comité, la commission musicale que par tous les membres de la société :

- utiliser tous les contacts personnels
- envisager l'engagement du sous-directeur (découvrir ses qualités intrinsèques)
- s'adresser aux dirigeants des associations cantonales et régionales
- consulter le Centre de Compétence de la Musique Militaire Suisse (Aarau / Berne)

9.5 Mise au concours

La publication d'une annonce dans les journaux spécialisés ou régionaux doit être envisagée et organisée par le comité. Médias pouvant être utilisés :

- UNISONO (Le magazine suisse des musiques pour vents)

E-Mail : unisono@windband.ch

- L'ACMV (via son site internet www.acmv.ch)
- Journaux régionaux
- Panneaux d'affichage des écoles de musique des environs
- www.windband.ch (site internet de l'ASM)

En cas de réponses insuffisantes :

- utiliser les contacts personnels des chefs d'orchestre connus
- s'adresser à l'Association cantonale, plus particulièrement au responsable des cours de direction
- contacter des directeurs de chœurs ou d'autres formations musicales, ainsi que des professeurs de musique (lycées, écoles primaires...)

9.6 Choix du directeur

Le choix du directeur doit se faire selon un processus transparent et selon des critères préétablis, conjointement entre le comité, la commission musicale et les membres de la société. Les postulations reçues doivent être préalablement examinées et triées, et les éventuelles candidatures non adaptées renvoyées.

Critères de sélection des postulants :

- Formation
- Âge
- Honoraires

- Disponibilité
- Engagement pour un travail de fonds
- Objectifs visés par le postulant, motivation

Un engagement serait-il envisageable sur la base de cette discussion préalable ?

ASTUCE : VÉRIFIER SI LA FORMATION DU CANDIDAT CORRESPOND AU NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ

→ Discussion préalable avec le candidat → Répétition d'essai

- Si vous en avez la possibilité, convenir de plusieurs répétitions d'essai
- Faire un débriefing avec le candidat après la/les répétition(s) d'essai
- Sélectionner les candidats par vote (comité et/ou commission musicale)
- Élection du directeur par le vote des membres de la société
- Établir un contrat avec le nouveau directeur (cf. contrat type en annexe)
- Remise ou établissement d'un cahier des charges au nouveau directeur (cf. annexes)

10 ASSOCIATION ET IMPÔTS

10.1 Introduction

En Suisse, seules les écritures inscrites dans une comptabilité ordonnée peuvent être présentées et être considérées en matière fiscale. Ainsi, il est important de classer tout au long de l'année dans les comptes corrects les différentes écritures concernant la société, qu'il s'agisse de recettes ou de dépenses.

Ce chapitre reprend la présentation faite en janvier 2013 aux sociétés de la Fédération des Musiques du Bas-Valais (FMBV) par M. Patrice Badan, expert fiduciaire diplômé. Elle est adaptée aux normes et règlements imposés aux associations valaisannes. Nous remercions le comité de la FMBV qui a accepté de mettre ces documents à la disposition de l'ACMV et de ses membres. Nous vous rappelons toutefois que ces règlements peuvent changer et qu'en cas de doute, une vérification auprès d'une instance agréée est indispensable.

10.2 Bases légales

10.2.1 La comptabilité et le bilan annuel

Pour les associations, les instructions de comptabilité générales des art. 957 ss CO sont à observer. De ceux-ci, nous retenons en particulier que

- À la fin de chaque exercice comptable, un bilan et un compte d'exploitation (comptabilité annuelle) est à produire (cf. annexe pour un exemple de plan comptable).
- La comptabilité annuelle doit être présentée de manière claire et exacte.
- La correspondance d'affaires, les documents comptables et la comptabilité annuelle sont à garder pendant au moins dix ans.

10.3 Tenue des comptes

10.3.1 Pendant l'année

Il est important de tenir compte des aspects fiscaux déjà lors de la mise en place du plan comptable. Ainsi, par exemple, les investissements (instruments, uniformes, etc.) doivent être mentionnés au bilan séparément. Dans les comptes d'activité, sous la rubrique revenus, il faut également distinguer

les cotisations des membres des cadeaux/donations ou des autres entrées. Dans les dépenses, il faut au moins distinguer les coûts d'administration des autres frais.

Pour les occasions particulières (jubilées, journées musicales, achat d'instruments, lotos, festivals, etc.), il est recommandé de tenir une comptabilité séparée à chaque fois puis d'intégrer le solde final dans la comptabilité générale.

ASTUCE: SOUVENT, LE CAISSIER N'EST PAS SUFFISAMMENT INFORMÉ SUR LE DÉTAIL D'UNE FACTURE À PAYER (P.EX. ACHAT DE PARTITIONS, ACHAT DE MARCHANDISES POUR UN LOTO, ETC.). POUR AMÉLIORER CELA ET ÉVITER UNE MAUVAISE COMPTABILISATION, LES FACTURES À PAYER DOIVENT ÊTRE CONTRÔLÉES ET VISÉES PAR LA PERSONNE RESPONSABLE ET TRANSMISE ENSUITE AU CAISSIER POUR PAIEMENT ET COMPTABILISATION.

10.3.2 À la fin de l'année

En plus de la préparation du bilan et des comptes d'activité pour les réviseurs et pour l'assemblée générale, il faut tenir compte des réglementations fiscales pour le bouclage comptable.

Ne pourront être considérés fiscalement que les éléments comptabilisés correctement. En particulier lors des années comptabilisant des revenus extraordinaires (bénéfices des festivals par ex.), il faudra penser à constituer des réserves pour les dépenses à venir (p.ex. nouvelle bannière, lutrins, instruments, uniformes, etc.).

TENIR COMPTE DES ASPECTS FISCAUX LORS DE LA COMPTABILISATION. CRÉER DES RÉSERVES AVEC LES REVENUS EXTRAORDINAIRES POUR LES INVESTISSEMENTS FUTURS.

10.4 Impôts

10.4.1 L'impôt sur le bénéfice

Le total du compte d'exploitation (revenus annuels – pertes) sert de base pour le calcul de l'impôt sur le bénéfice.

En Valais, l'impôt sur le bénéfice des associations est de 4% du bénéfice net. Le bénéfice net n'est pas imposé lorsqu'il n'atteint pas CHF 20'000.-.

Au niveau de l'IFD, le bénéfice des associations est imposé à 4,25%. Il n'est pas imposé lorsqu'il n'atteint pas CHF 5'000.-.

Règles particulières pour les associations

Les cotisations statutaires versées aux associations par leurs membres ne font pas partie du bénéfice imposable.

Imputation des pertes

Les pertes non compensées fiscalement des sept exercices précédents la période fiscale peuvent être déduites du bénéfice net de cette période.

Amortissements

En Valais, les nouveaux investissements peuvent faire l'objet, en sus des amortissements ordinaires, d'amortissements immédiats jusqu'à concurrence de 100%.

10.4.2 L'impôt sur le capital

En Valais, l'impôt sur le capital a pour objet le capital propre (les fonds propres).

L'impôt sur le capital des associations est calculé d'après les taux de l'impôt sur la fortune des personnes physiques.

Le capital propre n'est pas imposé lorsqu'il n'atteint pas CHF 10'000.-.

10.4.3 Exemple de comptabilité et d'imposition

Une association a réalisé les résultats imposables suivants :

Année

2004	une perte de	CHF -3'000.-
2005	une perte de	CHF -5'000.-
2006	une perte de	CHF -1'000.-
2007	une perte de	CHF -2'000.-
2008	une perte de	CHF -1'000.-
2009	une perte de	CHF -4'000.-
2010	une perte de	CHF -2'000.-
2011	un bénéfice de	CHF 40'000.-

- 1 -

ASSOCIATION MUSICALE, TROISTORRENTS

BILANS COMPARES AUX 31 DECEMBRE 2011 ET 2010

Désignation	2011	2010
	Fr.	Fr.
<u>Actif</u>		
Caisse	1'400.00	1'200.00
Banque	91'640.00	34'150.00
Disponible	93'040.00	35'350.00
Débiteurs	4'600.00	2'400.00
Impôt anticipé à récupérer	60.00	50.00
Stock de marchandises	2'000.00	2'000.00
Réalisable à court terme	6'660.00	4'450.00
Mobilier et installations	5'000.00	7'500.00
Machines de bureau, informatique	300.00	600.00
Instruments	10'000.00	4'600.00
Immobilisé	15'300.00	12'700.00
Total de l'actif	115'000.00	52'500.00
<u>Passif</u>		
Créanciers-fournisseurs	26'000.00	17'000.00
Passifs transitoires	4'000.00	2'500.00
Fonds étrangers	30'000.00	19'500.00
Capital	33'000.00	35'000.00
Bénéfice / - perte de l'exercice	52'000.00	-2'000.00
Fonds propres	85'000.00	33'000.00
Total du passif	115'000.00	52'500.00

ASSOCIATION MUSICALE, TROISTORRENTS

COMPTES DE PROFITS ET PERTES COMPARES DES EXERCICES 2011 ET 2010

Désignation	Du 01.01.11	Du 01.01.10
	Au 31.12.11	Au 31.12.10
	Fr.	Fr.
PRODUITS		
Chiffre d'affaires "annonces et publicités"	60'000.00	18'000.00
Dons de pièces de musiques	5'200.00	4'800.00
Chiffre d'affaires "bar manifestations"	82'000.00	42'000.00
Chiffre d'affaires "vente de la tombola"	2'200.00	2'000.00
Chiffre d'affaires "entrées concerts"	4'200.00	3'200.00
Cotisations des membres	12'000.00	12'000.00
I TOTAL PRODUITS	165'600.00	82'000.00
CHARGES		
Achat marchandises "bar manifestations"	35'000.00	15'000.00
Loyers	6'000.00	6'000.00
Salaire direction fanfare	12'000.00	12'000.00
Charges sociales	3'800.00	3'800.00
Formation des élèves	32'000.00	30'000.00
Entretien, réparation, instruments et locations	11'850.00	11'000.00
Assurances diverses	1'200.00	1'000.00
Frais d'administration	1'600.00	1'500.00
Publicité, dons, annonces	1'200.00	1'100.00
Frais financiers	500.00	400.00
Impôts	2'950.00	200.00
Amortissements	5'500.00	2'000.00
II TOTAL CHARGES	113'600.00	84'000.00
III <u>Bénéfice / - Perte de l'exercice (I .J. II)</u>	52'000.00	-2'000.00

cf. Annexes pour exemple de déclaration d'impôt en rapport avec l'exercice comptable susmentionné.

10.5 Statut professionnel et assurances

10.5.1 Introduction

L'AVS fait une distinction entre les personnes qui exercent une activité dépendante (le salarié, l'employé) et celles qui ont une activité indépendante. Toute personne engagée et salariée par une entreprise est réputée exercer une activité dépendante (salariée).

Sont considérés comme indépendants selon le droit des assurances sociales les femmes et les hommes qui :

- agissent en leur propre nom et pour leur propre compte
- sont libres dans l'organisation du travail et assument les risques économiques.

Ce sont les caisses de compensation qui déterminent au cas par cas si la rémunération de l'activité doit être considérée comme relevant d'une activité indépendante ou salariée. La caisse de compensation base son examen sur les conditions économiques et non sur les rapports contractuels.

10.5.2 Les indépendants

Les indépendants :

- **Se présentent sous une raison sociale** : ils sont inscrits, par exemple au registre du commerce, dans l'annuaire téléphonique, ou disposent de l'autorisation d'exercer leur profession, ils ont leur papier à en-tête et du matériel publicitaire. Les indépendants établissent par ailleurs des factures en leur propre nom, assument le risque lié à l'encaissement et peuvent décompter la TVA.
- **Assument le risque économique** : ils font, par exemple, des investissements à long terme, utilisent leurs propres moyens d'exploitation et paient le loyer des locaux utilisés pour l'exercice de leur activité. De plus, ils sont libres de choisir les travaux qu'ils exécuteront.
- **Organisent en toute liberté leur entreprise** : ils fixent notamment leur horaire de travail, organisent celui-ci et confient des travaux à des tiers. Les personnes indépendantes exercent généralement leur activité dans des locaux extérieurs à leur habitation privée.
- **Travaillent pour plusieurs mandants** : une activité lucrative basée sur un mandat unique est généralement considérée comme une activité dépendante (activité salariée).

Les personnes qui occupent du personnel sont également considérées comme des indépendants.

Dans tous les autres cas, il s'agit de personnes de condition dépendante (saliées). Un indépendant doit être reconnu par une caisse AVS et doit pouvoir présenter une attestation d'affiliation.

Charges sociales des indépendants

AVS pour les indépendants

Les personnes qui exercent une activité lucrative indépendante en Suisse doivent verser des cotisations à l'AVS, à l'AI et aux APG. Le revenu de leur activité indépendante selon la taxation de l'impôt fédéral direct sert de base pour le calcul des cotisations. Les autorités fiscales communiquent le revenu aux caisses AVS.

Les cotisations AVS/AI/APG versées par les personnes exerçant une activité lucrative indépendante sont entièrement déductible du résultat d'exploitation en tant que charges justifiées par l'usage commercial. Les cotisations que l'employeur verse à l'AVS/AI/APG/AC en faveur de ses employés peuvent également être déduites du résultat d'exploitation comme charges justifiées par l'usage commercial.

APG – indépendants

Le revenu acquis avant l'entrée en service sert de base pour le calcul de l'allocation pour perte de gain.

Allocation maternité – indépendants

Les principes régissant le versement d'allocations maternité aux salariées s'appliquent aussi aux indépendants.

Allocations familiales – indépendants

Les personnes qui exercent en Suisse une activité lucrative indépendante sont soumises depuis le 1^{er} janvier 2013 à la loi fédérale sur les allocations familiales. Elles doivent s'affilier à une caisse de compensation pour allocations familiales.

LPP – indépendants

Les personnes qui exercent une activité indépendante ne sont pas soumises à la prévoyance professionnelle obligatoire (LPP). Par contre, elles peuvent s'assurer à titre facultatif afin de constituer un capital-retraite et se prémunir contre les risques d'invalidité et de décès selon la LPP. Différents choix d'affiliation sont possibles :

- affiliation à une institution de prévoyance de profession ou de branche
- affiliation à l'institution supplétive
- pour les indépendants qui emploient des salariés : affiliation auprès de l'institution qui assure son personnel.

3^{ème} pilier A – indépendants

Pour les indépendants qui ne sont affiliés à aucune caisse de pension du 2^{ème} pilier, la limite des cotisations annuelles déductibles est fixée à 20% du revenu annuel, et au maximum à CHF 33'840.- (le plafond pour les indépendants et les salariés affiliés à une caisse de pension étant fixée actuellement à CHF 6'768.-).

Assurance accident – indépendants

En Suisse, les indépendants ne disposent pas d'une assurance particulière contre les accidents. La LAA (loi sur l'assurance-accidents) prévoit cependant que les indépendants domiciliés en Suisse et les membres de leur famille travaillant avec eux qui ne sont pas obligatoirement assurés peuvent contracter, s'ils le souhaitent, une assurance-accident selon la LAA. Les indépendants qui ne souhaitent pas s'assurer selon la LAA doivent au minimum demander à l'assurance maladie le complément « accident » pour couvrir les frais de guérison en cas d'accident.

10.5.3 Les Employés

Contrat de travail

Les rapports de travail avec l'employé découlent de la conclusion d'un contrat de travail. Le contrat peut être conclu par écrit ou par oral. Par ailleurs, le contrat est réputé conclu lorsque l'employeur accepte pour un temps donné l'exécution d'un travail qui, d'après les circonstances, ne doit être fourni que contre un salaire. Par souci de clarté, il est recommandé d'établir un contrat écrit.

Charges sociales des employés

AVS

Obligation de cotiser

Toutes les personnes qui exercent en Suisse une activité lucrative dépendante ou indépendante ou qui y ont leur domicile civil sont tenues de payer des cotisations AVS/AI/APG. L'obligation de cotiser débute l'année qui suit le 17^{ème} anniversaire. C'est l'employeur qui occupe ces personnes qui doit remplir le formulaire « demande de certificat d'assurance AVS » et le faire parvenir à la caisse de compensation auquel l'employeur est affilié. De même, chaque employeur a l'obligation d'annoncer dans les 30 jours, à sa caisse de compensation, tout nouvel engagement de personnel.

Cotisations à l'AVS des employés bénéficiaires de rentes AVS

Les personnes qui ont atteint l'âge ordinaire ouvrant le droit à la rente AVS doivent continuer de verser les cotisations légales lorsqu'elles exercent une activité lucrative. Dans ce cas, **les cotisations (sans le chômage) ne sont perçues que sur la part du revenu qui excède la franchise de CHF 1'400.- par mois (ou CHF 16'800.- par année).**

Les rentiers AVS (64 ans pour les femmes, 65 ans pour les hommes) sont totalement exemptés de cotisation à l'assurance chômage (AC).

Salaire de minime importance

Lorsque le salaire déterminant n'excède pas CHF 2'300.- par an et par employeur, les cotisations AVS/AI/APG/AC ne sont perçues qu'à la demande de l'assuré.

A noter que le salaire versé à des personnes employées dans des ménages privés et dans le domaine artistique reste soumis dans tous les cas au prélèvement des cotisations.

LAA – Assurance accident

L'assurance obligatoire garantit des prestations en cas d'accidents professionnels, non professionnels (sous réserve d'une activité lucrative à temps partiel de 8 heures au moins par semaine au service d'un même employeur) et en cas de maladie professionnelle.

L'assurance est obligatoire pour tous les travailleurs, y compris à domicile, apprentis, volontaires et personnes occupées dans des écoles des métiers ou des ateliers protégés.

L'assurance LAA couvre les frais médicaux en cas d'accident ainsi que le salaire jusqu'à concurrence de CHF 126'000.- par année à 80%.

Objet de l'assurance accident

Est réputée accident toute atteinte dommageable, soudaine et involontaire, portée au corps humain par une cause extérieure extraordinaire qui compromet la santé physique, mentale ou psychique ou qui entraîne la mort.

Début de l'assurance

L'assurance produit ses effets dès le jour où le travailleur commence ou aurait dû commencer son travail selon le contrat de travail (ou d'apprentissage), mais en tout cas dès le moment où il prend le chemin pour se rendre au travail.

Fin de l'assurance

L'assurance obligatoire cesse de produire ses effets dès le 30^{ème} jour qui suit celui où a pris fin le droit au demi-salaire au moins.

Les personnes sans emploi touchant des indemnités de chômage sont obligatoirement assurées auprès de la Suva.

Indemnités pour perte de gain en cas d'accident

Si l'assuré est totalement ou partiellement incapable de travailler à la suite d'un accident, il a le droit à une indemnité journalière. L'indemnité journalière est versée **dès le 3^{ème} jour** qui suit celui de l'accident. Elle correspond, en cas d'incapacité totale de travail, **à 80% du gain assuré**. Ce droit s'éteint dès que l'assuré a recouvré sa pleine capacité de travail, dès qu'une rente est versée ou dès que l'assuré décède. Si l'incapacité de travail n'est que partielle, l'indemnité journalière est réduite en conséquence.

Durant le délai d'attente de 2 jours, l'employeur doit verser au moins le 80% du salaire.

LPP - prévoyance en faveur du personnel (2^{ème} pilier)

Selon une formule traditionnelle, la prévoyance vieillesse, survivants et invalidité repose sur trois piliers. Le premier pilier, obligatoire, est constitué par l'AVS/AI ; il tend à couvrir les besoins vitaux des assurés. Le 2^{ème} pilier (prévoyance professionnelle) s'ajoute au premier pilier pour procurer aux intéressés des moyens permettant de maintenir, dans une certaine mesure, leur niveau de vie antérieur. Il est fondé essentiellement sur la capitalisation. D'une façon générale, la LPP rend l'assurance obligatoire pour les salariés et les chômeurs et facultative pour les indépendants ; elle prévoit des prestations en cas de vieillesse, de décès et d'invalidité. Le 3^{ème} pilier est celui de la prévoyance privée ; il est fondé sur la responsabilité individuelle.

Personnes obligatoirement assurées

Sont obligatoirement assurés, selon les normes de la LPP, les salariés qui

- sont assurés à l'AVS
- ont dépassé l'âge de 17 ans révolus (dès le 1^{er} janvier qui suit le 17^{ème} anniversaire ; jusqu'à 24 ans révolus, seuls les risques décès et invalidité sont assurés)
- touchent un salaire déterminant pour l'AVS qui dépasse CHF 21'060.- annuel (valable dès le 1^{er} janvier 2013)
- n'ont pas encore atteint l'âge de 64 ans pour les femmes et de 65 ans pour les hommes.

Personnes non soumises à l'obligation de s'assurer

Ne sont pas soumis obligatoirement à la LPP (notamment) :

- les indépendants
- les travailleurs liés par un contrat de travail d'une durée déterminée ne dépassant pas trois mois.

Salaire assuré à la LPP

Est assurée obligatoirement la part du salaire annuel AVS comprise entre CHF 24'570.- et CHF 84'240.- (valable dès le 1^{er} janvier 2013).

Perte de gain en cas de maladie

L'assurance perte de gain n'est pas obligatoire pour un employeur. En effet, la loi n'impose pas une telle assurance ; des conventions collectives de certains secteurs d'activités peuvent imposer à l'employeur de mettre les salariés de l'entreprise au bénéfice d'une telle assurance (notamment dans la construction).

Si l'employeur n'est pas au bénéfice d'une assurance perte de gain en cas de maladie, il doit payer le salaire en cas d'incapacité de travail suite à une maladie pendant une « temps limité », la loi de fixe pas de barème mais fixe toutefois un minimum de **3 semaines pendant la première année de service**, une fois passé le cap des trois premiers mois d'emploi. Dès la deuxième année de service, le « temps limité » sera plus long, compte tenu de la durée des rapports de travail.

Les tribunaux ont élaboré des échelles déterminant le droit au salaire en fonction de l'ancienneté dès la deuxième année de service. Voici celui appelé « échelle bernoise » qui est appliqué par les tribunaux romands :

Année de service	Salaire dû pendant
2 ^{ème} année de service	1 mois
3 ^{ème} et 4 ^{ème} année de service	2 mois
de la 5 ^{ème} à la 9 ^{ème} année de service	3 mois
de la 10 ^{ème} à la 14 ^{ème} année de service	4 mois
de la 15 ^{ème} à la 19 ^{ème} année de service	5 mois
de la 20 ^{ème} à la 24 ^{ème} année de service	6 mois

Impôt à la source

Les employés qui ne sont pas suisses ou bénéficiaires d'un permis C sont soumis à l'impôt à la source du canton du siège de l'employeur. Pour ces employés, c'est l'employeur qui est chargé de retenir l'impôt puis de le transmettre à l'administration cantonale.

Certificat de salaire annuel

Obligation de l'employeur d'établir un certificat de salaire

Dans la procédure de décompte ordinaire, l'employeur établit une fois l'année écoulée, un certificat de salaire destiné au travailleur.

Les employeurs valaisans (il en est de même pour les vaudois et les bernois) doivent remettre une copie du certificat de salaire remis à l'employé au Service Cantonal des Contributions. Ce document est scanné par l'administration pour un éventuel contrôle ultérieur avec les éléments mentionnés dans la déclaration d'impôt de l'employé.

10.5.4 Assurances de choses

Pour éviter de grandes pertes financières, chaque société est responsable d'assurer ses biens (partitions, instruments, uniformes, etc.). En principe, il est recommandé d'assurer la valeur à neuf. Du moment que le matériel n'est pas déposé dans un même local (p.ex. auprès des musiciens), il faut vérifier que la police d'assurance couvre également les objets déposés auprès de tiers (ou que ces tiers soient assurés pour le matériel entreposés chez eux).

Les dégâts aux instruments ne sont pas couverts par l'assurance de la société, mais par l'assurance responsabilité civile de chaque musicien.

Sources :

- Memento AVS – état au 1^{er} janvier 2013
- Guide de l'employeur – dernière mise à jour Juillet 2012

Cf. annexes exemples de décomptes et certificats de salaire

10.6 TVA

10.6.1 Introduction

La taxe sur la valeur ajoutée est un impôt fédéral indirect. Elle grève les chiffres d'affaires réalisés par les assujettis, pour autant qu'ils ne soient pas expressément exclus de l'impôt.

Fonctionnement

La TVA est perçue à tous les stades du processus de production et de commercialisation.

L'assujetti peut déduire de l'impôt sur son chiffre d'affaires l'impôt préalable (c'est-à-dire la TVA payée sur les investissements, les achats et les frais généraux qui lui a été facturée) sur les biens et prestations de services qui lui ont été facturés pendant la même période de décompte par d'autres assujettis ou lors de l'importation. On évite ainsi le cumul des impôts.

10.6.2 Assujettissement

Principe

Est assujetti à la TVA quiconque exploite une entreprise, même sans but lucratif et quels que soient sa forme juridique et le but poursuivi, **s'il n'est pas libéré de l'assujettissement.** (Art. 10 LTVA)

Est libéré de l'assujettissement quiconque :

- réalise en un an, sur le territoire suisse, un chiffre d'affaires **inférieur** à CHF 100'000.- provenant de prestations imposables qu'il fournit.

- réalise sur le territoire suisse, au titre de société sportive ou culturelle, sans but lucratif et gérée de façon bénévole ou d'institution publique, un chiffre d'affaires **inférieur** à CHF 150'000.- provenant de prestations imposables qu'il fournit.

Pour les fêtes ou manifestations sportives ou culturelles uniques (fête au village, fête folklorique, journée des sports, etc...) la limite pour une libération de l'assujettissement à la TVA est fixée à moins de CHF 100'000.- de recettes imposables budgétisées provenant de prestations de la restauration, des stands de denrées alimentaires, de la publicité ou du sponsoring. Dans ce cas, il y a lieu de s'annoncer auprès de l'Administration Fédérale des Contributions avant le début de la manifestation.

SI LE BUDGET PRÉVOIT DES RECETTES IMPOSABLES PLUS ÉLEVÉES QUE CHF 100'000.- => ASSUJETTISSEMENT À LA TVA : EFFECTUER UNE ANNONCE À L'ADMINISTRATION AVANT LE DÉBUT DE LA MANIFESTATION !

Sont réputées associations à but non lucratif gérées de façon bénévole, les associations sportives et culturelles qui remplissent les conditions suivantes **de manière cumulative** :

- 1) Il s'agit de personnes morales ayant la forme juridique d'une association au sens de l'article 60 ss du Code Civil
- 2) La direction de l'association incombe à des personnes qui ne sont ni employées par l'association, ni rétribuées pour leur activité. L'indemnisation de frais générés dans le cadre de l'accomplissement des tâches de l'association n'est pas considérée comme une indemnisation financière
- 3) L'association ne poursuit pas de but lucratif. Si, néanmoins, elle réalise un bénéfice, celui-ci doit servir au financement d'autres activités de l'association. Par conséquent, les statuts doivent exclure toute répartition du bénéfice net entre les membres de l'association.

Début et fin de l'assujettissement

Début de l'assujettissement :

Si au début de l'activité, le chiffre d'affaire dépasse CHF 100'000.-, l'assujettissement débute au premier jour de l'activité.

Dans les autres cas, la libération à l'assujettissement prend fin au terme de l'exercice commercial au cours duquel la limite de CHF 100'000.- de chiffre d'affaires a été atteinte (ou CHF 150'000.- pour les associations et les fondations).

Il est également possible de renoncer à la libération à l'assujettissement en cas de réalisation de chiffre d'affaires inférieurs à CHF 100'000.-, dans ce cas il s'agit d'un **assujettissement volontaire**. Cela est possible pour chaque début de période fiscale.

Fin de l'assujettissement :

Même si les organisateurs mettent sur pied de manifestations à intervalles irréguliers (par exemple tous les 2 ou 3 ans), en principe, l'inscription au registre des contribuables demeure, sauf si l'assujetti a demandé sa radiation. Si aucune demande de radiation n'est intervenue, l'Administration Fédérale des Contributions part du principe que l'organisateur renonce à être libéré de l'assujettissement.

Si l'assujetti n'annonce pas la fin de l'assujettissement, l'Administration Fédérale des Contributions considère qu'il renonce à la libération de l'assujettissement, c'est-à-dire qu'il impose volontairement le chiffre d'affaires de la période fiscale suivante.

10.6.3 Prestations imposables

Sont soumises à l'impôt toutes les livraisons et les prestations de services fournies sur le territoire suisse par des assujettis pour autant que ces prestations ne soient pas exclues par la loi.

Prestations exclues du champ de l'impôt (Art. 21 LTVA)

Il y a 29 alinéas, dont notamment :

- Alinéa 13 : les prestations que des organismes sans but lucratif, poursuivant des objectifs politiques, syndicaux, économiques, religieux, patriotiques, philosophiques, philanthropiques, écologiques, sportifs, culturels ou civiques, fournissent à leurs membres, moyennant une cotisation fixée

statutairement

- Alinéa 14 : les prestations de service culturelles ci-après, pour autant qu'elles soient fournies directement au public en échange d'une contre-prestation déterminée :
 - a) manifestations théâtrales, musicales, chorégraphiques et cinématographiques
 - b) représentations d'acteurs, de musiciens, de danseurs et d'autres artistes exécutants ainsi que de forains, y compris les jeux d'adresse...

Option pour l'imposition des prestations exclues du champ de l'impôt (Art. 22 LTVA)

L'assujetti peut soumettre à l'impôt des prestations exclues du champ de l'impôt pour autant qu'il l'indique clairement (option).

Intérêt de choisir l'option pour des prestations exclues : il est donc possible de récupérer l'impôt préalable lié à ces prestations.

Prestations exonérées de l'impôt (Art. 23 LTVA)

Sont notamment exonérées de l'impôt : les exportations.

Les prestations exonérées donnent droit à la récupération de l'impôt préalable (c'est-à-dire à la TVA payée sur les investissements, les achats et les frais généraux).

Détermination du chiffre d'affaire déterminant l'assujettissement

Pour déterminer le chiffre d'affaire il y a lieu de prendre en compte les éléments suivants :

- les livraisons et les prestations de services imposables sur le territoire suisse
- les livraisons et les prestations de services exonérées de l'impôt sur le territoire suisse

Les éléments suivants ne doivent pas être pris en compte pour déterminer le chiffre d'affaire :

- les livraisons et les prestations de services exclues du champ de l'impôt
- les dons et les subventions

Voici quelques exemples :

Chiffres d'affaires soumis à la TVA : recettes bar et restauration, annonces dans le livret de fête, sponsoring

Chiffres d'affaires exclus de la TVA : recettes des entrées aux spectacles et concerts, recettes des ventes de tombola

Selon la loi sur la TVA, les éléments suivants ne constituent pas du chiffre d'affaire mais des mouvements de fonds :

- les dons privés, dons d'honneur (il n'y a pas de réduction de la déduction de l'impôt préalable)
- les dons de la Loterie Romande (comme une subvention, il y a réduction de la déduction de l'impôt préalable)
- les subventions diverses (il y a réduction de la déduction de l'impôt préalable)

10.6.4 Taux de l'impôt

Le taux de l'impôt est de 8% (taux normal)

Le taux réduit de 2,5% est appliqué à la livraison des biens suivants :

1. L'eau amenée par des conduites
2. Les denrées alimentaires, à l'exclusion du tabac et des boissons alcoolisées
3. Le bétail, la volaille et le poisson
4. Les céréales
5. Les semences, les tubercules et les oignons à planter, les plantes vivantes, les boutures, les greffons, les fleurs coupées et les rameaux
6. Les aliments et les litières pour animaux
7. Les engrais, les préparations phytosanitaires

8. Les médicaments

9. Les journaux, les revues, les livres et autres imprimés sans caractère publicitaire.

Le taux normal de 8% est applicable aux denrées alimentaires remises dans le cadre des prestations de la restauration. La remise de denrées alimentaires est considérée comme une prestation de la restauration lorsque l'assujetti les prépare ou les sert chez des clients ou qu'il tient à la disposition de tiers des installations particulières pour leur consommation sur place. En revanche, lorsque les denrées alimentaires sont offertes dans des automates ou qu'elles sont destinées à être emportées ou livrées, le taux réduit de 2,5% est applicable ; cette exception ne s'applique pas au tabac et aux boissons alcoolisées.

Sponsoring et dons

Il y a lieu de distinguer les dons (sans contre-prestation) des prestations de sponsoring. Il y a prestation de sponsoring, soumise à la TVA, lorsque le destinataire de la contribution (par exemple un club sportif) fournit une prestation publicitaire en contrepartie.

Depuis l'introduction de la nouvelle loi sur la TVA au 1^{er} janvier 2010, il est admis que le destinataire de la contribution ne fournit pas de prestation publicitaire s'il ne fait que mentionner, sous une **forme neutre**, dans des **publications** de son choix, une ou plusieurs fois, le nom ou la raison sociale du donateur.

Forme neutre

La notion « sous une forme neutre » signifie que les mentions relatives au bailleur de fonds ne doivent pas s'accompagner d'un slogan publicitaire, ni citer ses produits ou apporter des précisions sur son activité entrepreneuriale. La simple mention de la profession ou de l'activité entrepreneuriale n'enfreint pas cette règle.

Exemples :

Les mentions « sponsorisé par la banque XY » ou « avec le soutien du Garage AB » ne représentent pas des prestations publicitaires.

En revanche, la mention « avec le soutien de la Banque XY, votre partenaire pour la gestion de fortune » constitue une prestation publicitaire.

Publication

Le terme « publication » est à considérer au sens large. Par exemple, sont réputés publications :

- les programmes et carnets de fêtes
- les rapports annuels, les rapports d'activités, les rapports de recherche
- les journaux et les revues
- les affiches
- les génériques de films
- les mentions sur internet

Attention : sur internet, la présence d'un lien vers le site du donateur constitue une prestation publicitaire.

N'entrent pas dans la définition de la publication les supports suivants :

- les vêtements
- les banderoles et panneaux publicitaires
- les inscriptions sur des véhicules
- les articles publicitaires distribués au public

UNE ANNONCE PUBLIÉE AVEC UN LOGO DANS UN LIVRET DE FÊTE EST UNE PRESTATION PUBLICITAIRE SOUMISE À LA TVA.

10.6.5 Méthodes de décompte de la TVA

Il existe deux possibilités de décompter la TVA auprès de l'Administration :

- la méthode de décompte effective
- la méthode de décompte au taux de la dette fiscale ou taux forfaitaires

La méthode de décompte effective

La période fiscale est divisée en plusieurs périodes de décomptes. Pour la méthode effective elle est divisée par trimestre.

Le décompte TVA est divisé en trois parties :

- dans la 1^{ère} partie (I. Chiffre d'affaires) sont déclarées les contre-prestations convenues ou reçues.
- dans la 2^{ème} partie (II. Calcul de l'impôt), l'impôt dû sur le chiffre d'affaires est réparti en fonction des taux d'impositions. Dans la 2^{ème} partie, il y a également la ventilation de l'impôt préalable (TVA payée sur les achats, les investissements et les frais généraux qui peut être récupérée).
- dans la 3^{ème} partie (III. Autres mouvements de fonds), il faut indiquer les éléments ne faisant pas partie de la contre-prestation car ils requièrent partiellement une réduction de la déduction de l'impôt préalable.

Taux de la dette fiscale nette et taux forfaitaires

But des taux de la dette fiscale nette et des taux forfaitaires

Les taux de la dette fiscale nette et les taux forfaitaires sont des taux d'imposition spécifiques à certaines branches qui simplifient considérablement le décompte avec l'Administration Fédérale des Contributions (AFC) puisque l'impôt préalable (TVA payée sur les investissements, les achats et les frais généraux) ne doit pas être déterminée. Lors de l'application d'une de ces méthodes, l'impôt dû est calculé en multipliant le chiffre d'affaires brut, c'est-à-dire le chiffre d'affaires TVA comprise, par le taux de la dette fiscale nette ou le taux forfaitaire accordé par l'AFC.

Cependant, dans les factures adressées aux clients, l'assujetti doit indiquer l'impôt aux taux légal (8% ou 2,5%).

Quiconque désire établir ses décomptes au moyen des taux de la dette fiscale nette doit s'annoncer par écrit à l'AFC. L'AFC accorde tout au plus deux taux de la dette fiscale nette. Le décompte avec l'AFC s'effectue **semestriellement**.

Qui peut décompter au moyen des taux forfaitaires ?

Les collectivités publiques et les domaines apparentés (écoles et hôpitaux privés, entreprises de transports publics, etc.) ainsi que les associations et les fondations peuvent établir leurs décomptes au moyen des taux forfaitaires, indépendamment du montant de leur chiffre d'affaires. En revanche, le décompte au moyen des taux de la dette fiscale nette n'est pas admis.

Quiconque désire établir ses décomptes au moyen des taux forfaitaires doit s'annoncer par écrit à l'AFC. Le nombre de taux forfaitaires applicables est illimité. Le décompte avec l'AFC s'effectue **trimestriellement**.

Voici quelques exemples de taux forfaitaires :

- 5,2% Cantines et cafétérias
- 2,1% Bazar : vente d'objets achetés
- 4,4% Voirie
- 5,2% Recettes publicitaires

Exemple d'une association organisant un festival de musique :

Chiffre d'affaires Bar & Restaurants (TVA 8% incl.)	CHF 110'000.00
Chiffre d'affaires Entrées aux concerts (sans option)	CHF 9'000.00
Chiffre d'affaires Vente tombola	CHF 14'000.00
Chiffre d'affaires Publicité : banderoles (TVA 8% incl.)	CHF 30'000.00
Chiffre d'affaires Annonces livret de fête (TVA 8% incl.)	CHF 50'000.00
Encaissement de dons d'honneurs	CHF 12'000.00
Subvention cantonale	CHF 5'000.00
Contribution du fonds culturel de la Commune	CHF 8'000.00
Don de la Loterie Romande	CHF 15'000.00
Achat boissons, marchandises pour repas	CHF -65'000.00
dont CHF 1'000.00 TVA 2,5%	
CHF 800.00 TVA 8%	
Location tente cantine (TVA 8% incl., CHF 800.00 de TVA)	CHF 10'800.00
Frais généraux	CHF -92'000.00
dont CHF 3'800.00 de TVA	

1^{ère} étape : classification :

Chiffre d'affaires imposable :	
- Bar & restaurant	CHF 110'000.00
- Publicité, banderoles	CHF 30'000.00
- Annonces livret de fête	<u>CHF 50'000.00</u>
Total chiffre d'affaires imposable	CHF 190'000.00

Chiffre d'affaires exclu :	
- Recettes entrées aux concerts (culturel)	CHF 9'000.00
- Vente tombola	<u>CHF 14'000.00</u>
Total chiffre d'affaires exclu	CHF 23'000.00

Entrées sans contre-prestations (flux de fonds qui n'impliquent pas une réduction de la déduction de l'impôt préalable)

- Dons d'honneur	<u>CHF 12'000.00</u>
Total entrées sans contre-prestation	CHF 12'000.00

Subventions de droit public (flux de fonds qui impliquent une réduction de la déduction de l'impôt préalable)

- Subvention cantonale	CHF 5'000.00
- Contribution du fonds culturel communal	CHF 8'000.00
- Don de la Loterie Romande	<u>CHF 15'000.00</u>
Total subventions de droit public	CHF 28'000.00

2^{ème} étape : détermination des pourcentages :

Total chiffre d'affaires imposable	CHF 190'000.00	78.84%
Total chiffre d'affaires exclu (sans option)	CHF 23'000.00	
Total subventions de droit public	CHF 28'000.00	
Total flux de fonds impliquant une réduction	CHF 51'000.00	21,16%
Grand Total	CHF 241'000.00	100 %
Dons	CHF 12'000.00	
Encaissement total	CHF 253'000.00	

3^{ème} étape : calcul de l'impôt préalable :

Impôt préalable (TVA payée sur les achats, les investissements et les autres charges d'exploitation)	
- Sur les achats marchandises	CHF 1'800.00
- Sur les autres charges	<u>CHF 4'600.00</u>
Total impôt préalable	CHF 6'400.00

4^{ème} étape : détermination de la réduction de la déduction de l'impôt préalable :

Total impôt préalable	CHF 6'400.00
Réduction de 21,16%	CHF -1'354.25

Cf. annexes : exemples de décomptes de TVA selon 2 méthodes

10.7 La SUISA

Les montants encaissés par la SUISA sont en quelque sorte le salaire des compositeurs. Lors de chaque production en public (concert annuel, festival, fête religieuse, amicale, ...), ce droit d'auteur est dû. Les compositeurs ont également le droit de percevoir une indemnité sur ce qui représente leur propriété intellectuelle.

La durée de protection d'une œuvre musicale est de 70 ans après le décès du compositeur. La Loi sur le droit d'auteur (LDA) du 9 octobre 1992 constitue la base légale relative à la protection des œuvres littéraires et artistiques. Cette loi régit également les droits voisins des interprètes, des producteurs de supports sonores et audiovisuels et des organismes de diffusion.

Comme chaque œuvre musicale ou chaque texte est la propriété de son auteur, il ne peut se faire aucune interprétation, reproduction, diffusion sans l'autorisation de celui-ci. En Suisse, les compositeurs sont réunis dans la société des auteurs, laquelle prend en charge l'encaissement des droits d'auteur et des indemnités.

Aucun droit n'est dû pour l'exécution d'œuvre dans la sphère privée. Les mariages et fêtes privées d'anniversaire sont entre autres considérés comme étant dans un cadre privé, mais pas les festivals de fanfare, les fêtes d'entreprises, les productions scolaires ou encore les diffusions dans les centres commerciaux.

Les membres de l'Association cantonale des musiques valaisannes ont un avantage déterminant : grâce à leur affiliation, ils sont directement liés à l'Association suisse des musiques, qui a convenu avec la Suisa d'un prix forfaitaire. Seules les prestations complémentaires (p.ex. d'un orchestre de bal) sont soumises à une taxation supplémentaire auprès de la Suisa. Les sociétés affiliées seulement à une association régionale, mais pas à l'Association cantonale, ne peuvent pas profiter de ce tarif forfaitaire.

Les sociétés affiliées à l'ACMV ont encore 2 obligations :

- les droits d'auteurs doivent être payés en fonction du nombre de membres et non pas selon le nombre de productions ou d'interprétations de l'œuvre. Le montant est inclus dans la cotisation annuelle à l'ACMV. A ce jour, le montant est de CHF 6,50, TVA incluse.
- Une liste des pièces interprétées doit être transmise annuellement à la Suisa et de façon électronique. Grâce à cela, la Suisa peut redistribuer les montants perçus aux compositeurs. Cette liste doit être complétée en ligne à l'adresse <http://sbv.swoffice.ch/>. Le code d'accès peut être obtenu à l'adresse suivante : www.windband.ch.

La Suisa fournit gratuitement des renseignements sur les œuvres appartenant à leur répertoire, sur les différents tarifs en vigueur ainsi que sur les pièces tombées dans le domaine public.

ASTUCE : CHARGEZ UN JEUNE MEMBRE DE COMPLÉTER LA LISTE DE LA SUISA (EN CONTRÔLANT OCCASIONNELLEMENT). EN NOTANT LES PIÈCES INTERPRÉTÉES LORS DE CHAQUE MANIFESTATION, LA LISTE ANNUELLE SERA FAITE D'AUTANT PLUS FACILEMENT.