

Guide du congrès bisannuel de la FCAPM/CFMTA – Édition 2024

Les politiques et procédures de la FCAPM/CFMTA indiquent ce qui suit concernant les congrès bisannuels de la FCAPM/CFMTA :

1. Le congrès de la FCAPM/CFMTA aura lieu aux années impaires, au début de juillet. Le congrès est organisé par une ou plusieurs associations provinciales/territoriales.
2. Le Président de la FCAPM/CFMTA et l'Assistant de programmation siègent au Comité du congrès de la FCAPM/CFMTA et offrent leur aide à la Fédération au besoin.
3. La durée maximale d'un congrès de la FCAPM/CFMTA est de cinq (5) jours, un congrès de trois (3) jours (du mercredi au samedi) étant recommandé.
4. Une fois l'emplacement du congrès déterminé, la ou les associations provinciales/territoriales hôtes soumettent un budget proposé au Comité des finances de la FCAPM/CFMTA aux fins d'approbation. Le budget proposé comprend un prêt sans intérêt non garanti de 10 000 \$ de la FCAPM/CFMTA. Cette approbation sera donnée dans un délai d'un mois suivant la présentation du budget proposé, dans un courriel du Président du Comité des finances de la FCAPM/CFMTA indiquant que l'approbation a été accordée.
5. Une fois le budget du congrès approuvé, la FCAPM/CFMTA accorde à l'hôte un prêt sans garantie et sans intérêt d'un montant de 10 000 \$, qui doit être remboursé entièrement une fois que toutes les questions financières liées au congrès sont réglées.
6. Le Président du Comité du congrès de la FCAPM/CFMTA consulte le Président du Comité des finances de la FCAPM/CFMTA concernant les honoraires des juges qui doivent être versés pour le Concours national de piano.
7. La FCAPM/CFMTA offre des bourses dans le cadre du Concours national de piano.
8. Le Comité du congrès de la FCAPM/CFMTA est invité à obtenir du financement auprès d'entreprises pour les divers aspects du congrès.
9. La ou les associations provinciales/territoriales prévoient un compte bancaire distinct pour le congrès.
10. Le Président du congrès avise le Trésorier de la FCAPM/CFMTA une fois que toutes les questions financières liées au congrès ont été réglées. Si, après le remboursement du prêt accordé par la FCAPM/CFMTA, le congrès a réalisé des bénéfices, la ou les associations provinciales/territoriales peuvent conserver soixante pour cent (60 %) des bénéfices et remettre les quarante pour cent (40 %) restants à la FCAPM/CFMTA. En revanche, en cas de pertes financières, la ou les associations provinciales/territoriales sont responsables de quarante pour

cent (40 %) des pertes, alors que la FCAPM/CFMTA absorbera soixante pour cent (60 %) des pertes.

11. Les dépenses engagées par le Comité de planification du congrès peuvent être remboursées et déduites des profits bruts afin de déterminer les profits nets générés par le congrès. Les dépenses peuvent comprendre, sans s'y limiter, le kilométrage parcouru, les frais liés au congrès, les repas et l'hébergement. Il ne peut résulter aucune perte du remboursement de ces dépenses.
12. Si le fonds réservé aux congrès de la FCAPM/CFMTA présente un solde de 20 000 \$ ou plus, l'excédent peut être affecté à d'autres projets de la FCAPM/CFMTA avec l'approbation du Comité des finances et, par la suite, du Conseil d'administration.
13. Les dirigeants de la FCAPM/CFMTA assistent à tous les congrès de la FCAPM/CFMTA. Sur présentation de reçus, la FCAPM/CFMTA rembourse les dépenses suivantes :
 - a. 100 % des frais d'hébergement pour les nuits du congrès;
 - b. 100 % des frais de repas pour les jours du congrès;
 - c. 100 % des frais de repas pour les jours du congrès.
14. Le Président du Comité des prix et des concours doit assister à tous les congrès de la FCAPM/CFMTA. Sur présentation des reçus, la FCAPM/CFMTA rembourse les dépenses suivantes :
 - a. 100 % des frais d'hébergement pour les nuits du congrès;
 - b. 100 % des frais de repas pour les jours du congrès;
 - c. 100 % des frais de déplacement pour les jours du congrès.
15. La Personne-ressource du congrès assiste au congrès pour lequel elle a été consultée. Sur présentation des reçus, la FCAPM/CFMTA rembourse les dépenses suivantes :
 - a. 100 % des frais d'hébergement pour les nuits du congrès;
 - b. 100 % des frais de repas pour les jours du congrès;
 - c. 100 % des frais de déplacement pour les jours du congrès.
16. Une dispense est accordée pour les frais d'inscription au congrès pour les dirigeants de la FCAPM/CFMTA, le Président du Comité des prix et des concours, la Personne-ressource du congrès et le Président du congrès. Ces frais sont pris en charge par le Comité du congrès. Si les repas sont inclus dans les frais d'inscription du congrès, la FCAPM/CFMTA couvrira le coût des repas.
17. Pour l'assistant de programmation de la FCAPM/CFMTA, tous les frais de réunion sont payés par la FCAPM/CFMTA, mais pas les frais du congrès.
18. La politique budgétaire de la FCAPM/CFMTA relativement aux congrès doit être détaillée dans le Guide du congrès de la FCAPM/CFMTA.
19. Il faut informer le Président de la FCAPM/CFMTA et le Président du Comité des finances des ententes financières conclues entre le Comité du congrès et le Président du Comité des prix et

des concours concernant les frais de déplacement des cliniciens et des juges avant la signature des contrats.

20. Les contrats relatifs aux salles de réunion et aux membres du jury ne doivent être signés qu'après consultation et accord du Président de la FCAPM/CFMTA, du Président du comité des finances, du Secrétaire et du Comité du congrès. Des copies des contrats doivent être transmises au Secrétaire et au Trésorier pour archivage.
21. Tous les dossiers relatifs au congrès doivent être transmis au Secrétaire à la fin de chaque congrès.
22. Les présidents de Comité du congrès collaboreront avec le Comité de traduction pour déterminer les priorités en matière de traduction vers le français. Tous les fichiers sont soumis aux fins de traduction au moins trois (3) semaines avant la date à laquelle ils sont requis.
23. Les présidents des comités du congrès doivent collaborer avec le Président du Comité des prix et des concours et le Président du Comité des relations publiques et du marketing pour préparer les affiches du Concours national de piano.
24. Les présidents de Comité du congrès collaboreront avec le Président du Comité des relations publiques pour préparer et distribuer les communiqués de presse et le matériel promotionnel.
25. Les présidents des comités du congrès fourniront des mises à jour aux moments opportuns au magazine PMC, au site web de la FCAPM/CFMTA, au Président du Comité des médias sociaux de la FCAPM/CFMTA et/ou un lien vers le site web de leur propre congrès. Le rédacteur en chef du magazine PMC doit être consulté dès le début de la planification des dates limites de soumission de mises à jour pour le magazine.
26. Les articles et présentations de recherche font partie des éléments reconnus d'un congrès professionnel et la qualité de la recherche qu'il attire est importante pour le perfectionnement professionnel de nos professeurs.
 - a. Le Comité de planification du congrès doit considérer lancer un Appel à communications de recherche au moment de décider du programme du congrès, que ce soit pour des présentations par des intervenants ou des séances plus courtes.
 - b. Il revient au Comité de planification du congrès de déterminer si les articles de recherche soumis feront ou non partie du programme du congrès.

PLANIFICATION DU CONGRÈS

Mandat

Planifier et présenter un congrès qui appuie l'enseignement et la performance, tout en offrant des occasions de croissance professionnelle et de réseautage pour les professeurs et les musiciens.

Dates des conférences

- Les conférences sont tenues en marge de la réunion annuelle du Conseil d'administration de la FCAPM/CFMTA, habituellement au début du mois de juillet.
- De façon générale, le congrès commence le mercredi ou jeudi et prend fin le samedi soir.
- Le calendrier doit être étudié avec le Président de la FCAPM/CFMTA avant d'annoncer les dates.

Constitution du comité

Le comité doit être constitué d'un nombre suffisant de personnes pour pourvoir les postes suivants (les postes peuvent être combinés au besoin) :

- Président
- Secrétaire
- Trésorier
- Coordonnateur de salon professionnel
- Webmestre (développement et maintenance)
- Registraire
- Coordonnateur d'événements spéciaux (p. ex. concert de soirée d'ouverture, autres concerts inclus dans le cadre du congrès)
- Coordonnateur de banquet/divertissement
- Agent de liaison entre le Comité et les juges/cliniciens, au besoin
- Les membres du Comité peuvent former des sous-comités, au besoin
- Le Président et l'Assistant de programmation de la FCAPM/CFMTA sont également membres d'office du comité, et ils agissent à titre d'agents de liaison entre le Comité de planification et la FCAPM/CFMTA
- La personne-ressource du congrès est à la disposition du comité pour le conseiller et être consultée, et peut être invitée à participer aux réunions lorsque nécessaire.

Site

- **Remarque importante :** Une salle de réunion et des chambres d'hôtel pour les délégués doivent être réservées pour la réunion du Conseil d'administration de la FCAPM/CFMTA qui se tient juste avant le congrès. Le secrétaire de la FCAPM est responsable de la restauration pour la réunion du Conseil d'administration et a besoin des coordonnées appropriées. Tous les comptes relatifs à la réunion du Conseil d'administration doivent être à part et ne doivent pas être payés par le Comité du congrès.
- Le site du congrès doit être réservé longtemps d'avance. Selon l'emplacement du congrès, la réservation peut se faire quelques années à l'avance.
- L'emplacement doit permettre un accès facile aux aéroports, aux traversiers (s'il y a lieu), aux autoroutes et aux événements organisés dans le cadre du congrès, mais ayant lieu à l'extérieur du site.
- S'assurer que le type d'installations nécessaires au congrès, y compris la taille des salles de réunion, de la salle de banquet et des salles de concert, sont adéquates et disponibles.
- Il faut prévoir l'installation de pianos et d'autres équipements qui seront apportés sur place.
- Les services de restauration doivent être efficaces et reconnus.

- Il faut prendre en considération l'espace général prévu pour les déplacements, par exemple de grands couloirs ou des vestibules spacieux.
- D'autres points qu'il convient de considérer sont l'éclairage, la qualité de l'air, le contrôle du bruit, la propreté en général et l'apparence visuelle à l'intérieur comme à l'extérieur.
- L'hébergement sur place doit être adapté à l'espace requis pour la tenue du congrès.
- Le prix d'hébergement doit être raisonnable. S'il est convenu de tenir le congrès dans un hôtel, il faut vérifier si d'autres lieux d'hébergement sont accessibles dans la région immédiate pour offrir d'autres options.
- Au moment de réserver le site du congrès, il faut obtenir un contrat écrit. Il contiendra le prix des installations, les frais de restauration, les échéances pour les réservations, le nombre de repas, le pourboire et les autres taxes qui seront inclus dans le prix. Il faut s'assurer que les prix ne sont pas susceptibles de changer. Le tarif des chambres et les niveaux de réservation minimums seront inclus si le congrès a lieu dans un hôtel. Un dépôt sera exigé pour que l'installation réserve les dates demandées.
- Il importe de s'assurer que la période couverte par le contrat prévoit du temps pour les répétitions et de l'espace pour les concours auxquels prennent part des concurrents pendant le congrès.
- Le contrat est juridiquement contraignant. Il faut s'assurer que toutes les modalités ont été dûment vérifiées avant de le signer.
- Besoins audiovisuels – consulter la section **Audiovisuel** pour obtenir plus de renseignements.

Thème/Logo

- Un thème et un logo de conférence doivent être définis très tôt dans le processus de planification.
- Le logo du congrès doit être utilisé dans toutes ses communications/signalétique, inclure le logo de la FCAPM/CFMTA; pour s'assurer de l'uniformité des communications et faciliter l'identification (image de marque/*branding*).
- Une fois le thème et le logo déterminés, l'élaboration du site web commence.

Concours

- Chaque congrès de la FCAPM/CFMTA comprend un **Concours national de piano**, pour lequel les responsabilités et les coûts sont partagés par la FCAPM/CFMTA et le congrès.
- Au moment de considérer avec les juges l'ajout d'ateliers de maîtres pour les concurrents, il faut discuter avec le Président du Comité des prix et des concours bien avant la date d'échéance pour l'acceptation des demandes. Ainsi, on s'assure que tous les concurrents sont informés avant de s'inscrire au concours.
- Bien que la responsabilité liée au déroulement du concours de piano relève du Président du Comité des prix et des concours, le congrès demeure responsable d'organiser ce qui suit :
 - Site du concours – comprend les rondes de demi-finale et finale du concours
 - Juges (3) du concours
 - Logement/repas et déplacements des juges
 - Pianos récemment accordés pour les deux rondes du concours ainsi que pour les répétitions
 - Moment et local de répétition sur le piano utilisé pour le concours
 - Système de son et podium

- Impression et vente de billets
- Impression des programmes
- Annonce de la ronde finale du concours au public
- Bénévoles – voir les commentaires sous la section **Bénévoles** pour plus de détails
- Inclusion des renseignements sur les concurrents (listes de répertoires, biographies et photos) dans le programme du congrès et sur d'autres supports d'affichage, selon ce qu'auront déterminé le Comité de planification et le Président du Comité des prix et des concours.
- Comme les juges agissent souvent à titre de cliniciens et d'interprètes pendant le congrès, les frais liés au site, à l'hébergement et au transport des juges sont partagés entre la FCAPM/CFMTA et le congrès. Veuillez consulter la **section Finances** ci-dessous pour obtenir plus de renseignements.
- Les frais engagés pour juger le concours sont pris en charge par la FCAPM/CFMTA – le barème actuel des honoraires pour ce service doit être confirmé auprès de la FCAPM/CFMTA avant de communiquer avec les juges.
- Voir les commentaires dans la section **Finances** pour obtenir d'autres renseignements sur la couverture des frais liés au concours.
- Des autorisations pour la diffusion de **photos** doivent être obtenues auprès de chaque juge.
- **Des concours spéciaux** (ex. : Roland Tech Teacher) peuvent être organisés lors du congrès à la discrétion du comité de planification. Toute la planification et les coûts associés à ces concours supplémentaires relèvent de la responsabilité du comité de planification du congrès.

Cliniciens/conférenciers

- L'un des aspects les plus importants d'une conférence réussie repose dans la qualité des événements planifiés qui y sont prévus. Le choix des cliniciens affecte directement l'intérêt, et donc, le nombre de personnes présentes au congrès.
- Des autorisations pour la prise et la publication de photos doivent être obtenues de chaque clinicien/conférencier.
- En plus de juger le concours de piano, les juges du concours agiront souvent à titre de conférenciers, d'interprètes ou de cliniciens d'ateliers de maîtres. Les coûts liés à ces services sont assumés par le congrès.
- Des cliniciens autres que les juges peuvent être sélectionnés soit par le lancement d'un appel d'offres (voir la section **Calendrier et séances du congrès** pour obtenir plus de renseignements), soit par invitation directe, ou les deux.
- Voici les points à considérer :
 - Réputation – S'entretenir avec ceux qui ont déjà fait appel aux conférenciers. Leur opinion pourrait avoir une incidence sur vos choix.
 - Tous les coûts pouvant être engagés par l'invitation de cliniciens spéciaux (p. ex. conférencier d'honneur) au congrès, y compris les frais de déplacement, hébergement/repas et tous honoraires pouvant être demandés par le clinicien.
 - Il faut s'assurer que l'objet de la ou des présentations coïncide avec le thème général du congrès, intéressera les participants potentiels et sera stimulant.
 - Au besoin, il est possible de faire appel à des cliniciens locaux pour compléter le calendrier du congrès.
- On prépare d'abord le plan principal du programme du congrès, lequel sera élaboré et bonifié au fur et à mesure que les conférenciers seront choisis.

Calendrier et séances du congrès

- Le calendrier du congrès doit être accessible (ou affiché sur le site web du congrès) le plus près possible de la date limite de préinscription.
- Une version imprimée doit être incluse dans le numéro subséquent du magazine « Le professeur de musique canadien ».
- Le calendrier définitif contiendra des renseignements sur les heures, les lieux, les sujets et les conférenciers, ainsi que l'horaire du concours de piano, le second concours facultatif, des concours spéciaux (cas échéant), le lieu et les heures du salon professionnel et d'autres événements spéciaux (p. ex. des concerts, un banquet, etc.).
- Il faut s'assurer que suffisamment de temps est prévu pour les pauses (y compris le lunch, l'installation, le démontage, les changements d'équipement audiovisuel entre les séances) et pour permettre aux participants de « magasiner » au salon professionnel.
- Consacrer un temps spécifique à l'orateur principal OU, si le discours principal est accompagné d'un repas, veiller à ce que le programme prévoie suffisamment de temps pour que ni le repas ni le discours ne soient précipités.
- Il convient de souligner que le Conseil d'administration de la FCAPM/CFMTA se réunit généralement le jour précédant la première journée complète du congrès. (p. ex., si le congrès est prévu du mercredi après-midi au samedi soir, le Conseil d'administration se réunira le mardi et le mercredi matin).
- En général, la cérémonie de reconnaissance de la FCAPM/CFMTA se déroule dans le cadre du congrès, après les réunions du Conseil d'administration. En général, ce sera le jeudi. L'inclusion de cet événement doit être confirmée bien avant que le calendrier soit élaboré. Si le comité de planification du congrès décide d'inclure un déjeuner, cet événement aura également un impact sur le budget en ce qui concerne les recettes de billetterie et les coûts de restauration.
- **Concours de piano** – Des périodes et des locaux de répétition sont généralement prévus pour la journée précédant le début de la demi-finale, des plages horaires sur le piano utilisé pour le concours étant réservées le matin de la demi-finale. Des détails additionnels seront coordonnés avec le président du Comité des prix et des concours.
- **Séances**
 - Appel d'offres
 - Il peut s'agir d'un outil efficace pour créer un vaste bassin de parties intéressées qui soumettront des propositions en lien avec le thème du congrès. Ces orateurs offriront bénévolement leurs services dans le cadre du congrès, et prennent généralement en charge leurs propres frais.
 - Si un *Appel à propositions* est lancé, des paramètres et des délais clairs doivent être établis, y compris, sans toutefois s'y limiter, les suivants : Sujet en lien avec le thème de la conférence; exigences liées à la soumission de propositions (p. ex. format, renseignements requis, etc.); calendrier de soumission de propositions (à déterminer par le Comité de planification, p. ex. du 1er mai au 1er novembre de l'année précédant l'année de la conférence) et **date limite pour la soumission des propositions précisée dans le fuseau horaire de l'endroit où aura lieu la conférence**; biographies, besoins en équipement audiovisuel.
 - Des séances préenregistrées devraient être une option de l'*Appel à propositions* afin d'augmenter les recettes d'inscription.

- Tous les contacts avec les orateurs doivent se faire auprès du même membre du comité pour s'assurer de la cohérence, en commençant par l'envoi d'un accusé réception pour chaque proposition reçue et, si nécessaire, une demande d'informations supplémentaires ou d'éclaircissements quant au contenu de la proposition.
 - Une réunion du Comité de planification, ou d'un sous-comité, après la date de clôture des soumissions devra avoir lieu afin d'examiner les propositions.
 - Une fois les décisions prises, il faudra contacter tous les orateurs, que leur proposition soit acceptée, refusée ou inscrite sur une liste d'attente.
 - Une date limite claire doit être fixée pour l'acceptation ou la non-acceptation de la proposition des orateurs.
 - On encourage l'enregistrement des séances pour permettre aux délégués du congrès qui n'auraient pu y participer de pouvoir les visionner par après, d'autant plus que les demi-finales se déroulent en même temps que les séances. Il faut obtenir les autorisations nécessaires auprès des différents orateurs animant des séances.
 - Si le congrès se déroule en format hybride, les orateurs doivent en être informés à l'avance et obtenir l'autorisation de diffuser leur séance en direct.
- Appel à communications de recherche
 - Un appel à propositions peut inclure une invitation à soumettre des documents de recherche.
 - Les documents de recherche font partie des éléments reconnus d'un congrès professionnel et la qualité de la recherche qu'il attire est importante pour le perfectionnement professionnel de nos professeurs.
 - Le comité du congrès décidera si les documents de recherche feront partie du programme de la conférence ou s'ils seront présentés sous forme d'affiches.
 - Si des documents de recherche sont inclus, envisagez d'inclure ces présentations d'une durée de 25 à 30 minutes au programme.

Finances/Budget

- L'un des aspects les plus importants de la planification d'un congrès repose dans le budget d'exploitation du congrès.
- Le budget doit comprendre toutes les sources de revenus prévues, y compris le prêt de démarrage de 10 000 \$ accordé par la FCAPM/CFMTA.
- Le budget doit comprendre toutes les dépenses prévues, y compris celles qui doivent être assumées par la FCAPM/CFMTA et le remboursement du prêt de démarrage de 10 000 \$ de la FCAPM/CFMTA.
- Un compte bancaire distinct est ouvert par le Comité du congrès; au moins deux (2) dirigeants signataires sont requis.
- Le budget préliminaire doit être soumis au Président du Comité des finances de la FCAPM/CFMTA aux fins d'approbation au moins dix-huit (18) mois (plus tôt si le prêt de la FCAPM/CFMTA est requis pour couvrir des dépôts ou d'autres frais) avant le début du congrès. L'approbation sera reçue par le Comité de planification dans un délai d'un (1) mois, dans un courriel envoyé par le Président du Comité des finances de la FCAPM/CFMTA.
- Le budget préliminaire constituera la base de la surveillance des progrès financiers du congrès. Au fur et à mesure que les chiffres réels seront disponibles, ils seront intégrés au budget. Le

document résultant sera un mélange de montants confirmés et non confirmés (c'est-à-dire que le budget et les documents qui en résultent sont de la documentation fluide qui évolue). Le budget doit être examiné et transmis régulièrement au comité de planification.

- Le budget préliminaire n'inclut habituellement pas les éléments comme les pauses-café ou les extras. Ces éléments seront plutôt ajoutés après que le congrès aura atteint le seuil de rentabilité. Il faut prendre soin de ne pas procéder trop rapidement en ajoutant des extras, puisqu'il y a toujours des dépenses imprévues – soit les montants prévus au budget sont insuffisants ou des dépenses imprévues surviennent.

- Les catégories de **revenus** doivent comprendre les suivantes :
 - Frais d'inscription – fondés sur un nombre minimum de participants inscrits; généralement environ 125 préinscriptions complétées, avec environ une trentaine d'inscriptions tardives.
 - Frais d'inscription au salon professionnel
 - Frais d'exposition des fournisseurs
 - Vente de billets pour les événements non inclus dans les frais d'inscription et vente de billets individuels (p. ex. les finales du concours) si présentés à la discrétion du comité de planification.
 - Dons – ils proviennent en général des associations provinciales, ou des membres de l'association hôte, si le comité décide de solliciter des fonds pour aider à soutenir le congrès.
 - Revenus provenant de la publicité (généralement grâce au programme du congrès)
 - Prêt de la FCAPM/CFMTA
 - Commandites – cette catégorie sera ajoutée au fur et à mesure que les montants de commandites sont confirmés
 - Subventions – on encourage le comité à rechercher du soutien financier municipal, provincial/territorial ou fédéral lorsque possible.

- Les catégories de **dépenses** doivent comprendre les suivantes :
 - Installations
 - Locaux – réunions, séances, concours, banquets, etc.
 - TPS applicable aux locaux/site
 - Frais liés à l'équipement audiovisuel – consulter la section **Audiovisuel** pour plus d'informations
 - WIFI pour la zone du congrès
 - Juges
 - Honoraires
 - Les honoraires des juges du Concours national de piano sont payés par la FCAPM/CFMTA (juillet 2025, 1 200 \$ par juge)
 - Tous les autres services exécutés par les juges pendant le congrès sont payés par le congrès.
 - Il faut s'assurer que toutes les taxes (TPS) sont incluses dans les calculs.
 - Il faut informer les juges que le trésorier de la FCAPM communiquera avec eux pour leur demander de remplir un formulaire pour leur « dossier d'information sur le personnel », qui comprendra notamment leur numéro d'assurance sociale. Ce formulaire est exigé par l'Agence

du revenu du Canada. Les formulaires dûment remplis doivent être reçus avant le versement de toute somme d'argent.

- Frais de déplacement
 - Les frais de déplacement des juges sont partagés entre la CFMTA/FCAPM et le congrès au prorata du temps passé pendant le congrès - la répartition normale est de 50/50.
- Hébergement
 - Les frais d'hébergement des juges sont répartis entre la CFMTA/FCAPM et le congrès sur la base suivante :
 - 3 nuits : La nuit précédant la demi-finale du concours national de piano, la nuit de la demi-finale et la nuit de la finale sont payées par la FCAPM/CFMTA.
 - Tous les autres frais d'hébergement sont payés par le congrès.
 - Il faut envisager sérieusement d'offrir une **salle d'accueil** à l'usage exclusif des juges pendant les pauses ou pour faire relâche pendant le congrès. Cet endroit doit être situé à proximité de l'emplacement où se tient le concours. Des collations, de l'eau, etc. y seront fournies. Les frais liés à ce service seront couverts par le congrès.
- Repas
 - La FCAPM/CFMTA verse aux juges une indemnité journalière pour le jour de la demi-finale et le jour de la finale, comme indiqué dans leur contrat.
 - Si le comité de planification décide d'augmenter le montant de l'indemnité journalière, l'augmentation sera couverte par le congrès.
 - Tous les autres frais de repas sont pris en charge par le congrès.
- Pianos
 - Déplacement, accordage
 - Assurance
 - Frais liés aux plateformes – il arrive qu'il faille obtenir d'une source externe une plateforme surélevée suffisamment robuste pour soutenir le poids du piano utilisé pour le concours
REMARQUE : si une entreprise locale fournit des pianos pour le congrès, envisager un accord de parrainage qui pourrait inclure la prise en charge des coûts ci-dessus par l'entreprise.
- Autres cliniciens
 - Ceux-ci seraient des cliniciens invités et rémunérés (p. ex. des orateurs principaux).
 - Frais/Honoraires (y compris la TPS)
 - Déplacements – le cas échéant
 - Hébergement – le cas échéant
- Accueil/Administration
 - Assurance responsabilité
 - Il faut s'assurer de vérifier auprès de l'administration de l'emplacement choisi quel est le niveau de responsabilité qui est couvert par sa police d'assurance.

- Il faut veiller à ce que la couverture d'assurance soit suffisante pour toute la durée du congrès.
 - Impression – ces coûts peuvent être répartis de manière à refléter le coût de divers articles imprimés, p. ex. programmes du congrès, programmes de concerts.
 - Programme – les coûts liés au programme du congrès peuvent aussi inclure des frais de conception et de mise en page du programme.
 - Site web – développement et maintenance
 - Site web – frais liés au domaine
 - Frais d'inscription, y compris :
 - Papeterie
 - Encre pour imprimante
 - Porte-nom
 - Frais d'inscription en ligne (p. ex. PayPal, Stripe)
 - Services de restauration – Un montant minimum est généralement inclus dans le contrat de l'hôtel.
 - Il faut s'assurer que les modalités à cet égard sont bien comprises.
 - Il est important de souligner que la TPS est calculée comme suit : (montant + pourboire) x taux de TPS
 - Il faudra surveiller attentivement les dates limites de confirmation les nombres finaux de repas et des pauses-café compris dans le congrès.
 - Pochettes cadeaux du congrès – Elles seront souvent prises en charge par un commanditaire en vertu d'un contrat.
 - Annonces/Publicité
 - Enseignes
 - Frais bancaires
 - Frais de la SOCAN
 - Généralement compris dans la facture finale émise par l'emplacement, mais doivent être inclus dans le budget en tant que montant distinct
- Banquet
 - Décorations
 - Cadeaux souvenirs
 - Divertissement – s'il y a lieu
- Salon professionnel
 - Installation/Démontage
 - Les emplacements fournissent généralement le nom de compagnies offrant des services d'installation et de démontage de salons professionnels.
- Remboursement du prêt de la FCAPM/CFMTA
- Photographie
 - Il s'agit généralement d'un montant sous forme d'honoraires.
 - Collaboration avec le rédacteur en chef du magazine « Le professeur de musique canadien » pour déterminer quel type de photos doit être considéré
- Événements spéciaux – y compris la soirée d'ouverture
 - Site
 - Artistes

- Assurance responsabilité – Elle sera nécessaire si l'événement a lieu à l'extérieur de l'emplacement où a lieu le congrès.
- Frais de la SOCAN – Ils sont exigés si l'événement a lieu à l'extérieur de l'emplacement où a lieu le congrès.
- Coût des instruments, s'il y a lieu
- **Autres**
 - Dépenses du Comité de planification – s'il reste suffisamment de fonds à la clôture du congrès, il faut envisager de rembourser les dépenses engagées par le Comité de planification du congrès. Ces dépenses peuvent comprendre le kilométrage, les frais liés au congrès, les frais de repas/hébergement, les appels interurbains, etc. Il importe de souligner qu'il ne peut résulter aucune perte du remboursement de ces dépenses.

Commanditaires

- L'obtention de commandites auprès d'entreprises pour différents événements ou aspects du congrès doit être fortement envisagée.
- Les commandites peuvent être offertes sous diverses formes – injection directe de fonds (avec ou sans bénéficiaires réciproques); réduction de coûts pour des installations hors site; commandites en nature couvrant les coûts d'équipement comme des pianos pour le concours de piano (tout, allant d'une partie à la totalité des coûts engagés, y compris le déplacement, l'accordage et l'assurance).
- Des contrats doivent être rédigés, décrivant clairement ce qui est offert par le commanditaire et par le congrès.
- Toutes les offres de commandite relatives au Concours national de piano doivent être discutées directement avec le président du Comité des prix et des concours.

Inscription/Structure tarifaire

- L'inscription doit se faire en ligne par l'entremise du site web du congrès, au moyen d'un mode de paiement offert en ligne (p. ex. PayPal – les frais connexes doivent être inclus dans le budget).
- Des formulaires peuvent également être téléchargeables à partir du site web et disponibles dans le magazine « Le professeur de musique canadien » pour les personnes qui désirent s'inscrire par la poste.
- Une inscription valide comprend :
 - une autorisation pour la prise et la publication de photos
 - une autorisation pour que des renseignements puissent être envoyés par courriel, conformément à la loi antipourriel
- les dates limites d'inscription
 - il y a généralement trois ou quatre dates limites : préinscription, deuxième période d'inscription avec hausse des frais, troisième période d'inscription avec hausse supplémentaire des frais, etc.
 - S'il s'agit d'une participation en ligne, le tarif sera généralement inférieur à celui de la participation anticipée et ne comprendra peut-être pas toutes les sessions et tous les événements de la conférence – p. ex. les concours, l'orateur principal, le concert de gala. Cela a pour but d'encourager la participation en personne.

- Il faut s'assurer que les frais de participation anticipée couvrent les coûts fixes du congrès ainsi que les repas qui seront inclus dans les frais de participation au congrès. La décision d'inclure ou non les repas dans l'inscription est une décision qu'il vaut mieux laisser aux comités de conférence individuels, car il y a beaucoup d'avantages et d'inconvénients à prendre en compte. La liste suivante n'est pas exhaustive. **Avantages** : le site/l'hôtel peut réduire le coût des chambres si les repas sont inclus, les délégués pourraient trouver cela pratique; **Inconvénients** : les participants de dernière minute peuvent ne pas être inclus en fonction des délais de restauration, l'inclusion des repas entraîne des frais d'inscription plus élevés (c.-à-d. les délégués peuvent vouloir manger de manière plus économique).
- Les pauses-café sont généralement ajoutées une fois le seuil de rentabilité atteint.
- On peut aussi envisager d'offrir aux concurrents du Concours national de piano une trousse d'inscription pour le congrès. Celle-ci peut comprendre une inscription entièrement gratuite ou partielle, suivant la décision du Comité de planification.
- Il est important de souligner qu'une dispense de frais d'inscription au congrès est accordée au président du comité du congrès, aux dirigeants de la FCAPM/CFMTA, au Président du Comité des prix et des concours et à la Personne-ressource du congrès.

Publicité dans le magazine PMC

Concernant l'insertion de publicité et de pages d'information sur le congrès de la FCAPM dans le magazine *Le professeur de musique canadien* :

- a) 2 ans à l'avance : Commencer la promotion du congrès à venir, dans le numéro d'automne, dans un encart d'une page – l'encart doit être conçu et produit par le Comité du congrès.
- b) Placer jusqu'à 2 pages dans les numéros d'hiver et de printemps subséquents (il est possible d'en ajouter davantage si l'espace le permet). Ces pages peuvent être consécutives ou être placées seules dans différentes sections du magazine – la ou les pages doivent être conçues et produites par le Comité du congrès.
- c) 1 an à l'avance : Pour les trois numéros suivants (automne – hiver – printemps), réserver jusqu'à 4 pages (il est possible d'en ajouter davantage si l'espace le permet) – les pages doivent être conçues et produites par le Comité du congrès.
- d) Une fois le congrès terminé – jusqu'à 6 pages seront utilisées dans le numéro d'automne suivant le congrès afin de présenter un survol de l'événement et de ses faits saillants. Ceci comprendra notamment des articles, des réponses de membres participants, etc. Toute photo utilisée sera fournie par le Comité du congrès – les pages sont conçues et produites par le Rédacteur en chef du magazine PMC.
- e) Nombre total de pages disponibles pour le congrès au cours de la période de deux ans – 23.

Salon professionnel

- L'espace prévu pour le salon professionnel doit être situé le plus près possible de la zone de réunion du congrès, sans déranger le déroulement de celui-ci. Il doit être facile d'accès et visible pour tous les participants qui circulent sur le site du congrès. Il est recommandé d'organiser les pauses-café à proximité du salon professionnel afin d'augmenter le nombre de visiteurs.
- De façon générale, le congrès fournit l'espace et une partie du mobilier. Idéalement, les frais facturés pour le salon professionnel couvriraient les coûts d'installation du salon et permettraient éventuellement de générer des revenus. Des ententes de commandite peuvent également couvrir des espaces au salon professionnel.

- Les fournisseurs seront responsables des services supplémentaires qu'ils souhaitent obtenir (p. ex. prises électriques ou Internet filaire) et devront être dirigés vers la ressource concernée (p. ex. entreprise de services de salons professionnels ou emplacement).
- Offrir aux vendeurs la possibilité de présenter leurs produits, moyennant un coût supplémentaire. Le planifier de manière à ce que cette possibilité n'entre pas en conflit avec les séances ou les ateliers.
- Considérer d'inclure un « carnet de coupons » pour le salon professionnel afin d'augmenter le nombre de personnes qui le fréquentent pendant le congrès.
- Envisager de publiciser le salon professionnel dans la communauté d'accueil auprès des personnes qui ne participent pas au congrès.
- Les vendeurs qui sont au congrès depuis longtemps devraient être invités à y participer. Il s'agit notamment du Conservatoire royal de musique, de Conservatory Canada, du Canadian National Conservatory of Music, de Long & McQuade, de Debra Wanless Music, de Red Leaf Piano Works, de Ultimate Music Theory et de Music for Young Children.

Audiovisuel

- La création d'un congrès hybride, c.-à-d. offrant des possibilités de participation en personne et en ligne, devrait être fortement envisagée. Une équipe spécialisée disposant d'une expérience et d'une expertise technologiques serait nécessaire pour y parvenir.
- La diffusion en direct et l'enregistrement des séances peuvent poser des problèmes logistiques, mais ils permettent d'augmenter le nombre d'inscriptions.
- On encourage les futures conférences à enregistrer au moins 25 % de leurs séances. Ces enregistrements resteraient disponibles en ligne pendant un certain temps après le congrès.
- Certaines séances seront publiées dans la vidéothèque de la FCAPM/CFMTA sur le site web de la FCAPM/CFMTA. Le Président du développement professionnel contactera le Président du congrès pour obtenir les coordonnées des présentateurs de ces séances. Les sessions qui seront enregistrées et ajoutées à la vidéothèque seront choisies avant le congrès.
- Les lieux de réunion disposent généralement d'un service audiovisuel interne (parfois d'une société indépendante).
- Assurez-vous que le secrétaire de la FCAPM/CFMTA dispose des coordonnées de la société audiovisuelle afin que les besoins audiovisuels de la réunion du Conseil d'administration soient à part.
- Avant de présenter le budget préliminaire aux fins d'approbation, il convient d'obtenir une soumission préliminaire couvrant les coûts de l'équipement audiovisuel.
 - Très souvent, le fournisseur aura une bonne idée de ce qui sera nécessaire.
 - Se concerter avec le Président du comité des prix et des concours pour s'assurer que les besoins du Concours national de piano sont satisfaits.
- Veiller à ce qu'il y ait suffisamment de personnel et de bénévoles disponibles pour faire face à toutes les situations qui pourraient survenir pendant le congrès.
- La communication avec le personnel de l'audiovisuel doit être continue, afin de réagir aux changements et de préciser les besoins au cours du processus de planification.

Annonces/Publicité

- Discuter avec le rédacteur en chef du magazine « Le professeur de musique canadien » concernant l'espace disponible et les dates limites.
- Discuter avec le webmestre de la FCAPM/CFMTA au sujet des mises à jour.

- Discuter avec le Président du Comité des médias sociaux – en ligne et réseaux sociaux.
- Discuter avec le Président du Comité des relations publiques et marketing de la FCAPM/CFMTA.
- Site web du congrès
- Communication directe par courriel avec les présidents provinciaux, au besoin
- Magazines et sites web provinciaux
- Site/Lieu – il peut y avoir des occasions ici aussi
- Liste des « événements estivaux » de la province, du territoire ou de la ville d'accueil

Contrats

- Les contrats conclus avec les juges du Concours national de piano doivent être révisés par le Président du Comité des prix et des concours et par le Comité des finances.
- Les contrats doivent comprendre l'information suivante : participants; date(s); emplacement(s); honoraires; frais de déplacement; hébergement; et repas couverts, et tous autres frais supplémentaires.
- Les frais supplémentaires peuvent comprendre le coût du billet pour le banquet de clôture.

Bénévoles

- Bureau d'inscription
- Concours national de piano
 - Consulter les politiques et procédures de la FCAPM/CFMTA pour connaître la liste des postes.
 - Discuter avec le Président du Comité des prix et des concours pour déterminer quels services de bénévoles seront fournis par le congrès.
 - Portiers
- animateurs de séances
 - Il s'agit des personnes qui feront les présentations et qui remercieront les cliniciens/conférenciers de chaque séance. Une liste de « sujets à aborder » doit être fournie à chaque personne qui accepte d'animer une séance.
 - Puiser dans la liste des dirigeants et délégués de la FCAPM/CFMTA, des membres de l'association d'accueil et de personnes faisant partie de la communauté.
- Les bénévoles sont nécessaires au bon déroulement du congrès, mais il faut veiller à rationaliser leurs tâches autant que possible. Par exemple, les moniteurs de porte ne sont nécessaires que pour les concours ou les classes de maître, et non pour les présentations orales.
- Des notes de remerciement doivent être envoyées à tous les bénévoles après le congrès.

Calendrier suggéré pour la planification du congrès

Deux ans d'avance, lors du congrès

- Préparez-vous à promouvoir, de manière générale, la ville/province qui accueillera le prochain congrès. Essayez de susciter l'enthousiasme des participants pour qu'ils prévoient prendre part à la prochaine conférence.
- Si possible, préparez un thème et un logo.

18 mois à l'avance

- Préparer le budget préliminaire pour approbation par la CFMTA.
- Rédiger un calendrier des événements.

- Rechercher des demandes de subventions, car certaines ont des échéances qui sont plus d'un an avant la date de l'événement.
- Commencer à développer le site web et ajouter du contenu au fur et à mesure qu'il est disponible.
- Réserver le lieu de l'événement.
- Commencer à contacter d'éventuels participants au salon professionnel afin d'évaluer leur intérêt, ou même de confirmer leur participation.
- Approcher des entreprises pour des commandites, par exemple pour le prêt de pianos pour le congrès.

15 mois à l'avance

- Préparer l'appel à propositions pour qu'il soit prêt à être inclus dans le numéro de mai du magazine PMC (en supposant que la date limite de soumission des propositions soit le mois de novembre précédant immédiatement le congrès).
- Vérifier l'échange d'annonces avec la Music Teachers' National Association (MTNA) pour lui fournir l'appel à propositions et l'adresse du site web de la conférence.
- Établir une politique de remboursement au cas où cela serait nécessaire.

12 mois à l'avance

- Promouvoir plus en détail le prochain congrès en présentiel lors des journées de développement professionnel en ligne en juillet.
- Trouver des juges et inclure leurs noms dans la publicité du congrès dans l'édition d'automne du PMC.
- Communiquer avec les présidents provinciaux et territoriaux de la FCAPM pour solliciter un soutien financier.

9 mois à l'avance

- Le numéro d'hiver du magazine PMC devrait inclure l'inscription papier (si cela se fait encore), puisque le prochain numéro ne sera probablement pas entre les mains des membres avant la date limite de préinscription.

6 mois à l'avance

- Clôture de l'appel à propositions, choix des sessions, contact avec les présentateurs.
- Préparez un programme définitif sur lequel figure quelque part la mention « Sous réserve de modifications »!
- Le numéro de printemps du magazine PMC devrait contenir l'horaire final et, si possible, une impression du formulaire d'inscription.
- Inclure un avis dans la rubrique « Prenez note ».

3 mois à l'avance

- Commencer à recruter des bénévoles.
- Garder un œil sur les délais concernant les traiteurs pour éviter de les perdre.
- Inclure les conférenciers/ateliers vedettes dans « Prenez note » (4, 3, 2 et 1 mois avant l'événement).
- Observez les inscriptions qui commencent à affluer et ACCROCHEZ-VOUS pour la course effrénée jusqu'à la ligne d'arrivée.