

Statuten Stichting Café des Chansons (samenvatting)

Naam en zetel (Art. 1)

De stichting heet “Stichting Café des Chansons” en is gevestigd in Amsterdam.

Doel (Art. 2)

De stichting bevordert interculturele uitwisseling via Franse volksmuziek. Dit gebeurt door het organiseren van projecten, concerten en het stimuleren van Franse taal en cultuur. De stichting werkt samen met vrijwilligers en partners en heeft geen winstoogmerk.

Vermogen (Art. 4)

Het vermogen bestaat uit subsidies, giften, en andere inkomsten, en kan alleen worden gebruikt voor het doel van de stichting.

Bestuur (Art. 5-8)

- Het bestuur bestaat uit 3 tot 5 personen. Zij benoemen onderling de voorzitter, secretaris en penningmeester.
- Bestuurders worden voor onbepaalde tijd benoemd en kunnen onder bepaalde omstandigheden aftreden of ontslagen worden.
- Het bestuur is verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding en vertegenwoordigt de stichting naar buiten toe.
- Besluiten worden met een meerderheid van stemmen genomen.

Financiën en jaarstukken (Art. 9)

Het boekjaar is het kalenderjaar. De penningmeester stelt jaarlijks een balans en een staat van baten en lasten op.

Statutenwijziging en ontbinding (Art. 10-11)

Wijzigingen in de statuten en een eventuele ontbinding kunnen alleen met een meerderheid van stemmen in een voltallige bestuursvergadering worden besloten. Bij ontbinding wordt een eventueel batig saldo besteed aan een vergelijkbare stichting.

Datum oprichting:

24 augustus 2024

Voorzitter: Marco Franken, Voorschoten

Secretaris: Stephan Brekelmans, Witmarsum

Penningmeester: Florian de Jager, Utrecht

KvK-nummer: 91184894

RSIN: [865575538](#)

Beleidsplan Café des Chansons

Stichting Café des Chansons wil zich ontwikkelen tot een stichting met een waaier aan activiteiten gericht op het promoten van Chansons in alle mogelijke genres, de Franse taal en de cultuur waaruit het voortkomt.

Het chanson is een muzikaal gerecht met vele ingrediënten: een snelle en klare vorm, een vleug humor, een snippertje spozucht, een druppel zelfbeklag, een snuifje sentimentaliteit. Het genre is in staat op elk gewenst moment van het verhaal een emotie te produceren. De belangrijkste kenmerken van het chanson zijn de verhaalkunst en de expressiviteit. Deze kunstvorm vereist een diep begrip van de taal om alle elementen van het verhaal op te kunnen nemen. Daarom leent het zich ook bij uitstek voor het leren van de Franse taal en is het een effectieve *tool* voor taal en muziekeducatie. Dit verklaart het belang dat het onderwijs hecht aan het leren van een taal, hand in hand met muziek. De nadruk van Café des Chansons

(CdC) ligt inherent aan het Chanson op activiteiten en programma's met muziek over menselijke ervaringen en gevoelens. Muziek die het publiek uitnodigt echt mens te durven zijn en schaduwkanten niet te verbloemen.

Doelstelling

Op lange termijn:

- Het aanbod van Franstalige evenementen ondersteunen en bevorderen.
- Het levend houden van het deels vergrijzende Chanson publiek.
- Bijdragen aan het onderhouden van internationale contacten tussen de Nederlandstalige en Franstalige gemeenschappen over de hele wereld.

De komende jaren

CdC heeft al een fundament gelegd om in '25-'28 breder deel uit te maken van de regelingen en instellingen die hiervoor Fondsen ter beschikking stellen. Onze ambities zijn: verhoging van het aantal producties, uitvoeringen en totale baten, de vergroting van ons publieksbereik en een stabiele bedrijfsvoering;

- De Nederlandse basisinfrastructuur voor het Chanson verder versterken. Nederland internationaal positioneren als bruisend "chanson land".
- Nationale en internationale* francofile gemeenschappen verbinden denk aan Frankrijk, België, Nederland, Luxemburg, Zwitserland en Canada en andere Frans en Nederlands sprekende overzeese gebiedsdelen.
- Uitbreiding fondsenwerving portfolio.

Binnen het beleid van de **Stichting CdC** zal extra aandacht worden gegeven aan de volgende vernieuwingen:

- Publieksverbreding en verdieping.
- Samenwerkingen en partnerschappen met Chanson georiënteerde musici initiëren
- Ontwikkelen van de educatieve activiteiten.
- Het betrekken van leraren, studenten en alumni Franse taal en cultuur bij onze activiteiten o.a. door vertaal opdrachten te laten maken van div. Chansons en het inzetten van vrijwilligers tijdens de evenementen om de in Nederland breedgedragen liefde voor de Franse taal met elkaar te delen.
- Aanscherpen fundraising plannen.

Specifieke 'smart' doelstellingen

- Het ensemble Café des Chansons laten optreden met minimaal 20 betalende concerten per seizoen.
- Totale publieksbereik laten stijgen met minimaal 10% per seizoen
- Publiekssamenstelling betalende concerten: jonger dan 35 jaar van 20% naar 25%.
- Gratis events: betrekken van een breed scala aan publiek.
- Het verder ontwikkelen van Educatieve projecten.

Missie, visie en artistieke identiteit

Profilering:

- Door het chanson in velerlei gedaanten uit te voeren is het repertoire aantrekkelijk voor een breed publiek. We slaan bruggen in ons eigen land door geheel nieuwe en vernieuwende samenwerkingen tot stand te brengen. Hiermee willen we een bijdrage leveren aan het culturele leven van Nederland met als resultaat verbetering van het algemene leefklimaat en welzijn, hierbij ook artistieke en economische resultaten niet uit het oog verliezend.
- De Stichting CdC presenteert een scala aan activiteiten van kwalitatief hoge beleving met onder meer voorstellingen met een entertainende en soms educatieve functie zonder intellectuele en emotionele diepgang uit het oog te verliezen.

Kernwaarden

Verbinden-Innoveren-muzikaal erfgoed onderhouden-emotioneren.

Communicatie

Het is onze missie om Kamermuziek en de Franse cultuur/taal toegankelijk te maken. Daarbij verdiepen wij ons in de belevingswereld van de toeschouwer (Jong en Oud), zodat ieder op zijn of haar manier een waardevolle ervaring heeft.

Kwaliteit

Kwaliteit is kenmerk van al onze activiteiten; in onze programma's, educatie, marketing en bedrijfsvoering.

Inclusiviteit

Bij de benadering van ons publiek, bij activiteiten en bij de keuze van personeel en partners streven wij naar het overbruggen van contrasten en naar maximale inclusiviteit en diversiteit. Er wordt rekening gehouden met leeftijd, gender, etniciteit, educatie niveau en inkomen.

Verbinding

Inspirerende ervaringen middels muziek doen mensen anders naar elkaar en de wereld kijken. Bij de concerten staan emotie, diepgang en intimiteit voorop. Er wordt veel aandacht gegeven aan het creëren van sfeer waar verbinding en interactie met de zaal zeer gewenst is. Na het concert wordt er altijd een *Meet & Greet* met de musici gehouden.

Innovatie

Het toegankelijke karakter van onze projecten zorgen ervoor dat Kamermuziek ook in andere genres neergezet worden in een homogeen geheel. De unieke combinatie van een klassiek strijkkwartet en Chanson zangers geeft een multidisciplinaire benadering en leidt tot artistieke innovatie o.a. binnen de arrangementen. Zo dient Café des Chansons als bruggenbouwer tussen stijlen en promoot tegelijkertijd de Franse taal en cultuur op een innovatieve manier.

Café des Chansons

Café des Chansons is een in Nederland gebaseerd kamermuziek ensemble dat door middel van optredens en geluidsdragers nieuw leven in de wereld van de Franse taal en cultuur blaast. Een team van arrangeurs dat speciaal voor deze bijzondere combinatie van strijkers met zang schrijft, wordt actief betrokken bij de muzikale als ook taalgevoelige issues, waar het CdC zich mee bezig houdt. Om de cohesie van de Nederlandse en Franse taal te versterken en te stimuleren toert het ensemble door het hele land en daarbuiten.

Het is duidelijk dat de Nederlander een sterke band met de Franse cultuur heeft. Tòch verdwijnen langzaam initiatieven die de taal en de cultuur promoten.

De Stichting CdC brengt als het ware een ode aan Frankrijk met een sterk gevoel voor nostalgie en *joie de vivre*. We willen we bijdragen aan een bruisend grensoverschrijdende samenwerking in Europa en daarbuiten.

Educatie

Stichting Café des Chansons werkt aan de ontwikkeling van een innovatief educatief programma voor onder meer middelbare scholen; dit is ook mogelijk als een mix van de Franse les en het muziek onderwijs. Het project zal niet alleen voor scholieren toegankelijk zijn, maar voor in principe iedereen die geïnteresseerd is.

Het programma ondersteunt/ontwikkelt onder meer;

-schrijfvaardigheid, creativiteit, vocabulaire, verbeeldingsvermogen in een andere taal, verbinding maken tussen tekst en muziek en *songwriting*.

Doelstellingen:

- jong talent ontwikkelen
- jonger publiek in aanraking laten komen met kamermuziek en het chanson
- inzicht geven in Franse taal en cultuur
- communicatie en plaats voor experiment creëren binnen onderwijs Franse taal.
- diverser publiek genereren voor het Frans Chanson.

Alle projecten van het CdC komen tot stand in samenwerking met div. partners uit Nederland, Frankrijk, België, Zwitserland, Luxemburg en Canada.

Samen streven wij naar een goede transparante communicatie. We werken samen aan landelijke en internationale (online) marketing. We overleggen, stemmen programmering af en integreren duurzaamheid in onze organisatie en activiteiten, dit aangevuld door tientallen podia, journalisten, recensenten, arrangeurs, vrijwilligers, fotografen, film-makers, musici van over het hele land die het CdC al van het begin steunen.

Marketing

Publieksbereik is van essentieel belang; om de verschillende doelgroepen te bereiken biedt Café des Chansons diverse (gratis en betaalde) evenementen aan door het hele land op velerlei locaties.

De marketing voor concerten en producties bestaat enerzijds uit gebruik van de traditionele media (onder andere reclamecampagnes, posters, flyers, advertenties, radio optredens, interviews voor kranten/tijdschriften) en anderzijds door gebruik te maken van online media; eigen website, digitale nieuwsbrief, Google Ads, en eigen *social media platforms* (Facebook, Instagram, YouTube). Bij co-productie met onze partners, is evidente ondersteuning van hun zijde d.m.v. marketing inspanningen (theaterbrochures, websites, social media,..). Met 'partners' worden hier bedoeld plaatselijke organisatoren, de locaties van het event, de *bookers*, de deelnemers, etc.

Promotie materiaal

Om ervaring van het publiek te versterken en te voldoen aan de behoefte van diverse promotors en media, worden er foto-*shoots* gehouden en video's gemaakt. Verder creëert het eigen creatieve design-team tevens merchandise items voor de fans.