

**Document présenté à l'occasion des consultations
prébudgétaires en vue du budget 2019-2020**

Le 25 janvier 2019

**L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE LA MUSIQUE : URGENCE
D'AGIR POUR UN SECTEUR DYNAMIQUE ET INNOVANT, MAIS
FRAGILISÉ ET EN QUÊTE DE LEVIERS**



Demandes de l'ADISQ — Sommes supplémentaires pour les entreprises en musique

- **Pérenniser les mesures 1 et 2 du *Plan d'action pour la musique*, dont la fin est prévue en 2019 – 2,375 M\$/an**
 - Mesure 1 : Accroître le soutien à l'industrie de la musique – 1,125 M\$/an
 - Mesure 2 : Encourager l'innovation numérique au sein des entreprises du secteur musical – 1,250 M\$/an
- **Bonifier et augmenter les crédits d'impôt soutenant l'enregistrement sonore et le spectacle – 8 M\$/an**
 - Assortir les crédits d'impôt à l'enregistrement sonore et au spectacle d'une bonification afin d'encourager la production originale, les productions francophones et les artistes émergents, à l'instar de ce qui se fait dans d'autres secteurs culturels, notamment en multimédia et en audiovisuel, par exemple pour des documentaires, des longs métrages en français, des contenus jeunesse, etc. – 4 M\$/an
 - Augmenter la part de main d'œuvre admissible aux crédits d'impôt, particulièrement pour le spectacle afin de stimuler la production de spectacles augmentés (utilisant les nouvelles technologies) – 4 M\$
- **Confirmer l'octroi, en vertu du Plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023, des 42 M\$ supplémentaires restants (sur les 50 M\$ annoncés dans le dernier budget) à la SODEC**

L'industrie québécoise de la musique : unique au monde, unique au Québec

Sources de financement des entreprises québécoises de la musique



En 2013-2014, les marges bénéficiaires de ces entreprises n'étaient toutefois que de 7,1 %.

Un soutien public minimal, mais crucial, pour des entreprises bien de chez nous

L'industrie québécoise de la musique est **unique au monde** : alors que partout ailleurs, la production musicale est majoritairement le fait de trois multinationales, ici, **95 % de la production francophone est attribuable à des entreprises locales indépendantes** : un fait qui devrait susciter la fierté des Québécois et de nos décideurs.

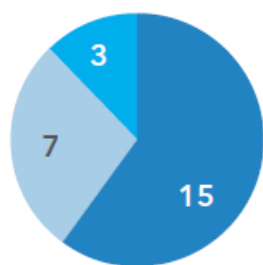
Au sein même du Québec, la musique se dessine aussi comme un secteur unique, parce que **l'investissement et la prise de risque sont massivement pris en charge par le privé**. En effet, contrairement à d'autres industries culturelles où les revenus proviennent presque exclusivement des diverses formes d'aides publiques, le secteur de la musique réussit à générer des revenus autonomes.

Cependant, la musique demeure un secteur à **marge bénéficiaire précaire**. En 2013-2014, ces dernières n'étaient, en moyenne, que de 7,1 %, selon une étude de la SODEC. **L'investissement public, bien que minime par rapport à celui effectué dans les autres secteurs culturels, est crucial.**

L'entreprise à l'heure du *streaming*? Plus pertinente que jamais.

Distribution des 25 albums québécois parus en 2016 les plus écoutés en *streaming*

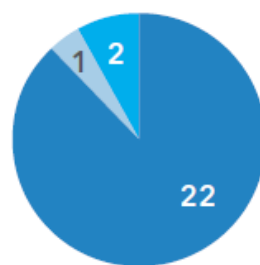
Tous artistes confondus



■ Albums produits par des entreprises québécoises indépendantes

■ Albums produits par des majors internationales ayant des artistes québécois sous contrat

Artistes émergents seulement



■ Albums produits par des artistes québécois en autocommercialisation*

Source : Nielsen Soundscan. Analyse : ADISQ.

Presque tous les albums québécois les plus écoutés en *streaming*, en 2016, ont bénéficié du soutien d'une entreprise

Les artistes accompagnés par une entreprise pour la commercialisation de leur album ont nettement plus de chances de connaître le succès que ceux décidant d'assumer seuls ces tâches. Parmi les 25 albums québécois les plus écoutés sur les services de *streaming*, 22 ont été produits par une entreprise, dont 15 par une entreprise indépendante d'ici.

Avec les artistes émergents, la performance des producteurs indépendants d'ici est encore plus impressionnante. Pas moins de 22 des 25 albums d'artistes émergents d'ici les plus écoutés en *streaming* en 2016 ont été commercialisés par des entreprises québécoises indépendantes.

Soutenir les entreprises, c'est aussi soutenir les artistes — de façon pérenne, structurante et efficace

Une industrie constituée d'entreprises locales : un modèle qui marche

Les entreprises réussissent à générer 84 % de leurs revenus de façon autonome, à partir d'une aide de l'État qui agit comme levier.

Historiquement, les entreprises indépendantes du Québec ont eu une part de marché pouvant dépasser les 40 %, ce qui est exceptionnel en comparaison des autres marchés locaux, où dominent les grands labels internationaux.

Les artistes les mieux entourés professionnellement sont ceux qui réussissent le mieux ; et ce, tant en matière de ventes que d'écoute en streaming.

Les entreprises permettent le renouvellement et la diversité

Le modèle entrepreneurial repose sur le principe du capital de risque : il permet à des producteurs d'investir une part des profits récoltés grâce à un artiste à succès dans le développement d'artistes émergents.

Par contraste, un artiste seul ne peut investir que dans son unique carrière.

Les entreprises sont le meilleur outil pour accéder aux marchés nationaux ou internationaux

Rendre un produit disponible n'est pas suffisant pour lui donner de la visibilité : il faut investir des sommes importantes en marketing et promotion.

De nombreuses études démontrent que les coûts et la complexité de la mise en marché sont multipliés dans l'univers numérique.

Créer une œuvre musicale est un métier ; produire et commercialiser cette œuvre en est un autre.

Les entreprises jouent un rôle structurant

Elles sont ce maillon de la chaîne où s'articulent la création, la production, la promotion et la diffusion, l'offre et la demande.

Les nouvelles plateformes n'ont pas rendu l'entreprise superflue dans le monde de la musique, pas plus qu'en cinéma ou en littérature : nos artistes ont encore et toujours besoin d'un encadrement professionnel pour exploiter leur talent et développer leur carrière. En fait, si les modèles d'affaires et les technologies évoluent, le cœur du métier d'entrepreneur en musique demeure intact : découvrir des artistes, les guider, les soutenir financièrement et rendre leur musique disponible au plus large public possible.

Les entreprises indépendantes du secteur de la musique, important levier de développement économique, ont besoin qu'on leur insuffle un nouvel élan

Urgence d'agir

Actuellement, les entreprises québécoises indépendantes du secteur de la musique œuvrent dans un marché inéquitable et déséquilibré, ce qui **menace leur capacité d'assurer au public canadien un accès durable à des contenus nationaux professionnels diversifiés et de qualité.**

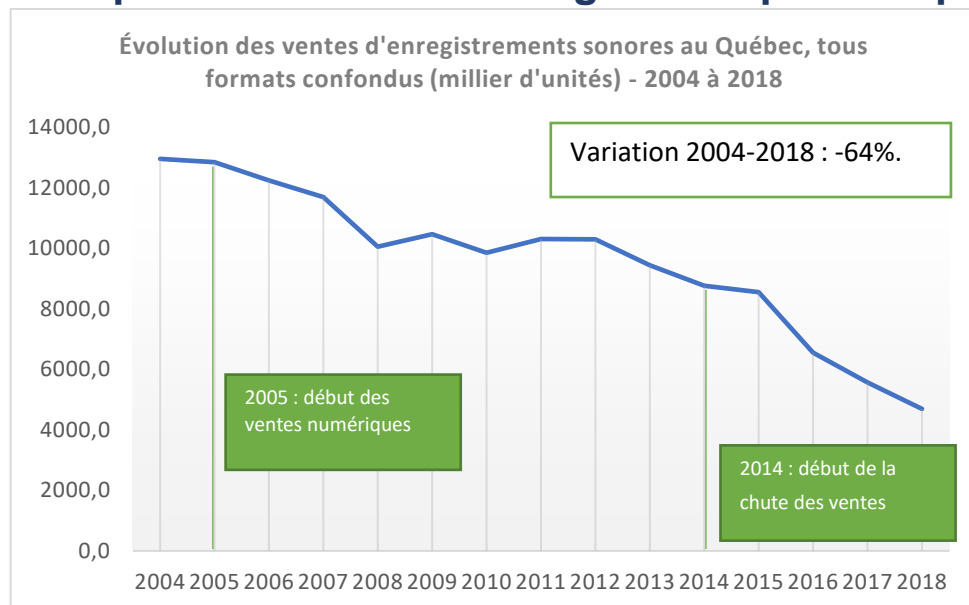
L'ADISQ milite pour que des modifications législatives, réglementaires et fiscales surviennent afin de revenir à un marché moins déséquilibré, et plus équitable.

En attendant que ces modifications ne surviennent, **il y a urgence d'accorder un soutien financier supplémentaire.**

Un marché déséquilibré, inéquitable, de moins en moins viable

- Les **revenus** découlant de la **vente d'albums** — physiques et numériques — sont en **chute libre** et ceux découlant du **streaming** sont **faméliques** pour l'écrasante majorité des artistes et des producteurs, et particulièrement ceux du secteur **indépendant**. (p.7)
- Le **spectacle** subit lui aussi de grandes transformations, qui appellent des **investissements importants et risqués** pour les producteurs, notamment pour **offrir au public de véritables expériences**, en utilisant les plus récentes technologies. (p.8)
- Résultat : l'industrie de la musique survit sur un **radeau de sauvetage**, notamment grâce à des redevances sur le point de stagner et dont la pérennité est incertaine. (p.9)
- Le **financement public du Québec** du secteur de la musique pour la production et la commercialisation **est quasi stable** depuis près d'une décennie. Il produit pourtant un **effet de levier nécessaire**. (p.10)
- Les **investissements nécessaires pour soutenir la carrière d'un artiste ont augmenté** : il faut dorénavant investir deux univers (traditionnel et numérique). (p.11)
- L'ADISQ travaille auprès du gouvernement fédéral pour que des **mesures législatives adéquates** soient adoptées. (p.12)
- Les sommes demandées permettront aux entrepreneurs québécois **de prendre des risques, créer de l'emploi et faire rayonner les artistes d'ici**. (p.13)

Les revenus découlant de la vente d'enregistrements sonores se sont écroulés et ceux provenant du streaming ne compensent pas



Seuils estimés de récupération d'un projet d'album selon le mode de consommation, en nombre d'unités		
D'albums physiques	D'albums numériques	De <i>streams</i>
15 000	18 000	30 000 000

Source : ADISQ

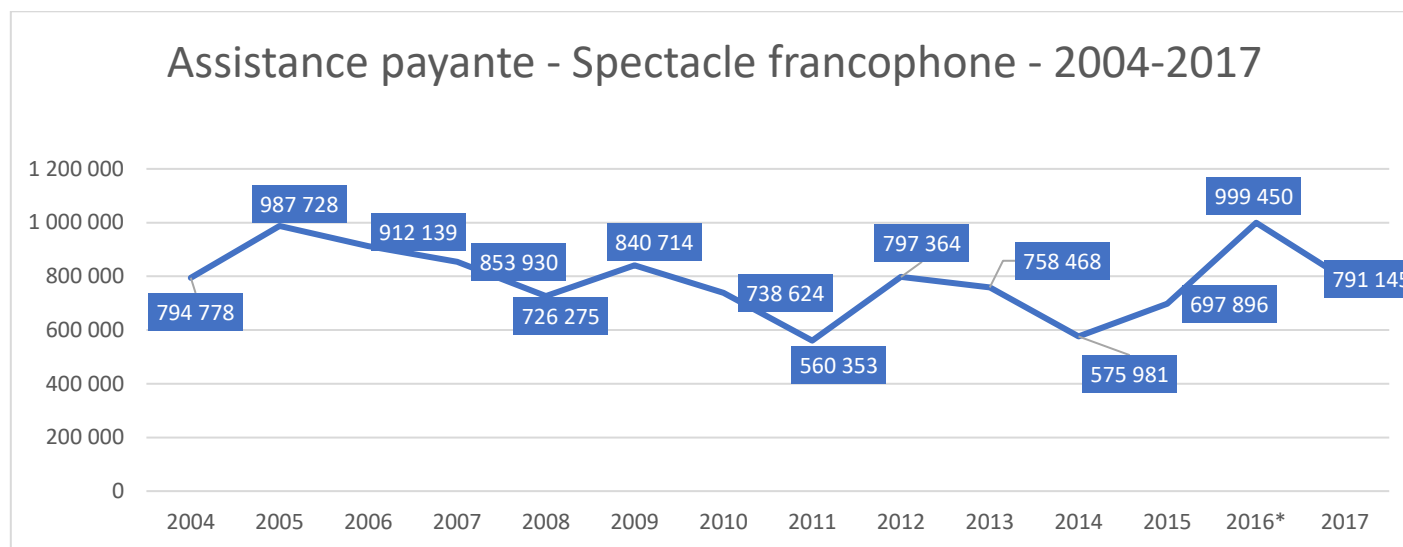
Un seuil de rentabilité de moins en moins atteignable

Depuis 2004, les ventes d'enregistrements sonores, tous supports confondus, **ont chuté de 57 %**. Depuis 2014, les ventes numériques décèlent aussi rapidement que les ventes physiques.

Résultat : en 2005, 40 albums québécois, dont 34 étaient en français, s'étaient écoulés à plus de 15 000 unités, seuil estimé de rentabilité. En 2018, on en compte 10, dont cinq sont en français.

Sur les services de *streaming*, la rentabilité est affaire de volume. L'ADISQ estime que 30 millions de *streams* sont nécessaires pour rentabiliser un enregistrement sonore. À ce jour, aucun artiste québécois n'a atteint ce seuil. À noter toutefois : ce n'est pas parce que les entreprises d'ici n'améliorent pas leur performance sur ces services, au contraire ! Entre 2016 et 2017, la performance des albums québécois francophones a progressé de 76%, et celle des albums anglophones, de 187%.

Le spectacle fait lui aussi face à de grands défis



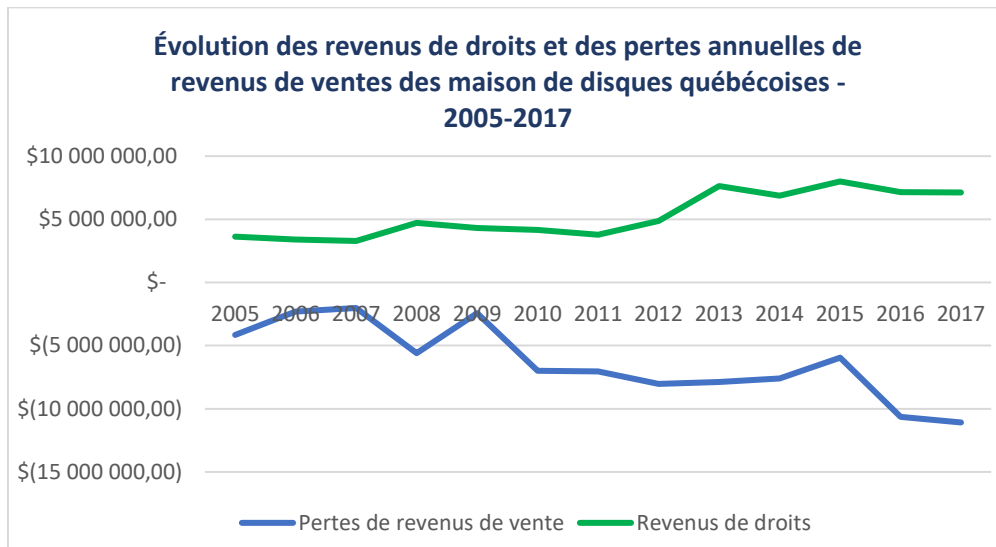
Source : OCCQ

Le spectacle de chanson francophone : un secteur, au mieux, stable — qui demande des investissements en hausse et un grand niveau de risque

Au cours des dernières années, l'offre de divertissement présentée aux Québécois se multiplie et se magnifie, à la maison comme en salle. Les baisses de revenus associées à l'enregistrement sonore sont ressenties partout dans le monde, accentuant la compétition en salle. Les artistes internationaux demandent dorénavant des sommes colossales aux spectateurs — et présentent en retour des concerts à grand déploiement.

Conséquence : le spectacle d'ici demande des investissements supplémentaires, notamment pour intégrer les nouvelles technologies pour créer des « spectacles augmentés ». Le budget des consommateurs en matière de divertissement, quant à lui, demeure stable et est grugé par des superproductions internationales très coûteuses.

Les entreprises indépendantes d'ici, bien que gravement fragilisées, sont toujours debout. Comment ont-elles tenu le coup ?



Source : OCCQ et SOPROQ, Analyse de l'ADISQ.

Note : Les années 2016 et 2017 ne sont pas complètes à ce jour.

De redevances légitimes à radeau de sauvetage de l'industrie

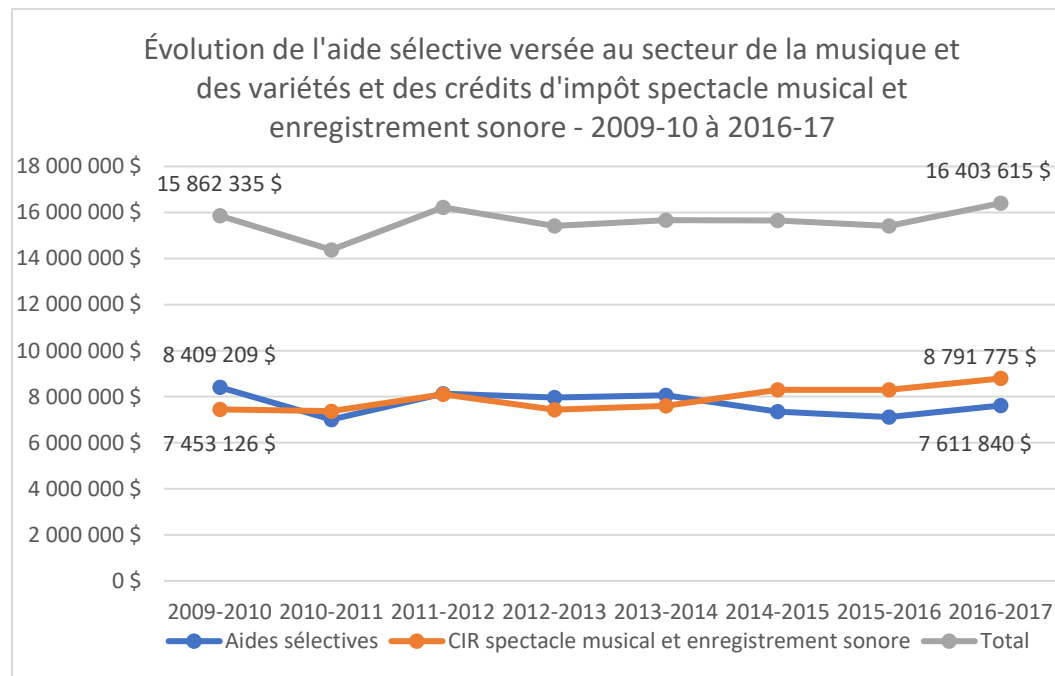
Dans les années 90, l'industrie canadienne de la musique a milité, avec succès, pour la mise en place d'un régime de copie privée et l'établissement d'une rémunération équitable (droits voisins) qui sont devenus réalité en 1998, grâce au gouvernement libéral de l'époque. Au début des années 2000, ces mesures ont commencé à porter fruit.

Au total, on estime qu'à ce jour, depuis 2001, 100 M\$ ont été versés aux producteurs par l'entremise de la SOPROQ.

S'en remettre à ces régimes pour assurer le maintien d'une production musicale nationale professionnelle est risqué :

- la portée du régime de copie privée a été radicalement amoindrie par la réforme du droit d'auteur de 2012 ;
- une grande part des redevances découlant des droits voisins est générée par **une** entreprise américaine sur laquelle les Canadiens n'ont aucune prise. La pérennité de cette contribution n'est pas assurée ;
- ces sommes ont été en progression au cours des dernières années, mais elles atteignent maintenant un plateau, alors que les revenus continuent de descendre.

Donner à la SODEC les moyens de soutenir adéquatement le développement des entreprises culturelles d'ici



Source : SODEC, analyse de l'ADISQ.

Note : Pour les années 2014 et 2015, les montants en crédits d'impôt ont été ramenés à une moyenne de ces deux années pour enlever les perturbations liées à la coupe de 20 % des crédits de d'impôt en 2014.

Le financement public aux entreprises, stable malgré les perturbations, n'est pas à la hauteur des défis.

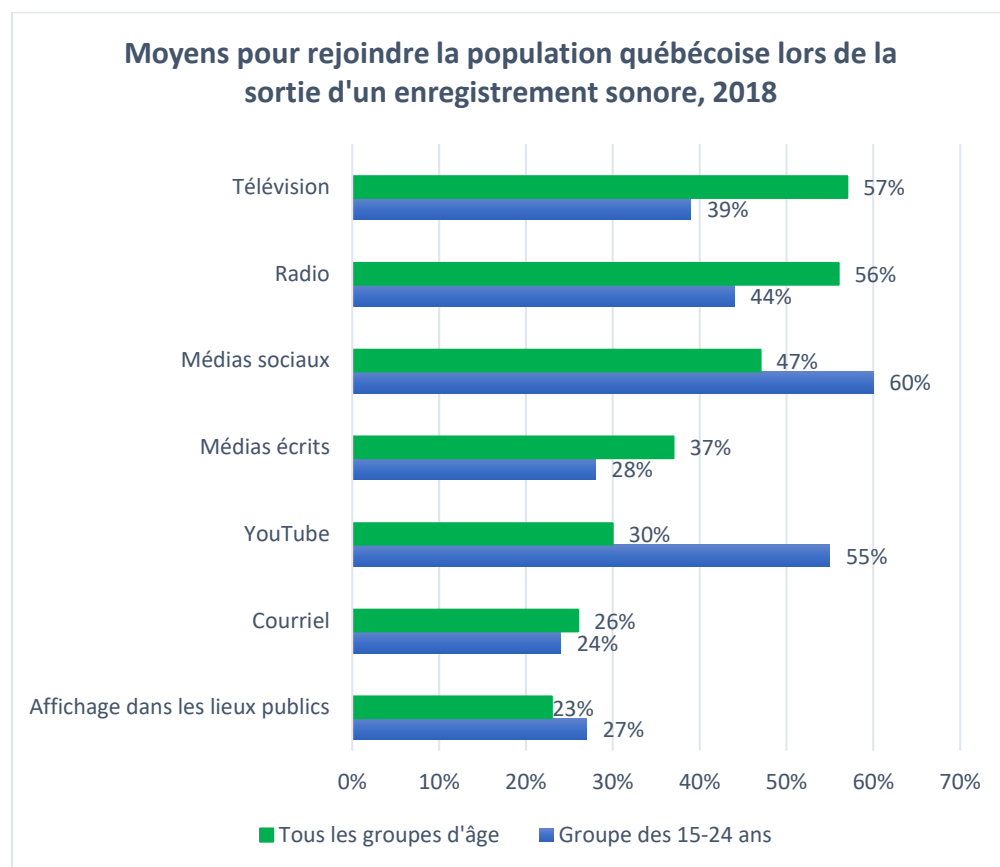
De 2009-2010, l'aide financière sélective versée par la SODEC a diminué de 9,5 %.

Les crédits d'impôt remboursables pour le spectacle musical ont augmenté de 18 % durant la même période.

Au total, le soutien financier aux entreprises n'a augmenté que de 3,4 %.

La musique a été le premier secteur touché par les mutations technologiques — et à ce jour, le plus durement. Depuis quelques années, l'audiovisuel et la presse écrite lui ont emboîté le pas. Une prise de conscience collective semble s'amorcer : **non, la résilience d'entrepreneurs locaux ne peut suffire, à elle seule, à préserver notre écosystème quand le marché devient inéquitable et fortement déséquilibré.**

Soutenir la carrière d'un artiste : moins de revenus, mais plus de travail et d'investissements que jamais



Source : Cogita Marketing, *Rapport réalisé pour l'ADISQ avec l'appui de Fonds RadioStar : Tendances de consommation de la musique au Québec*, juillet 2018, à partir d'un sondage effectué auprès de 1202 répondants québécois francophones en mars 2018.

Développement de nouvelles compétences

Les entreprises en musique fonctionnent avec peu d'employés, et ces derniers doivent être de plus en plus polyvalents. De nouvelles tâches apparaissent, qui demandent des compétences spécifiques, par exemple :

- Indexation des contenus à l'aide de métadonnées
- Analyse de mégadonnées
- Promotion web
- Gestion des médias sociaux

Ces nouvelles tâches ne remplacent pas les anciennes : elles s'y ajoutent.

La main-d'œuvre recherchée en musique est la même que celle recherchée par plusieurs autres secteurs. C'est une main-d'œuvre hautement qualifiée. Les entreprises en musique doivent avoir les moyens de compétitionner avec ces autres secteurs.

Le retour à l'équilibre passera par des modifications qui prendront du temps

IL FAUT ACTIONNER QUATRE LEVIERS POUR RETROUVER L'ÉQUILIBRE... MAIS LEURS EFFETS NE SE FERONT SENTIR QU'À MOYEN ET LONG TERME

	LEVIER LÉGISLATIF	LEVIER RÉGLEMENTAIRE	LEVIER FISCAL
Niveau fédéral	Modifications à la <i>Loi sur les télécommunications</i> et la <i>Loi sur la radiodiffusion</i> pour rendre possible l'imposition d'obligations visant le développement des contenus culturels canadiens et leur visibilité à tous les joueurs - EN COURS	Fin de l'exemption réglementaire s'appliquant notamment aux services de musique en ligne	Assujettissement des entreprises étrangères aux règles fiscales canadiennes en vue de financer des mesures culturelles
	Modifications à la <i>Loi sur le droit d'auteur</i> pour notamment responsabiliser les fournisseurs d'accès Internet face au contenu qu'ils distribuent, restaurer le régime de copie privée et éliminer des exceptions anachroniques visant les radios - EN COURS	Lutte au piratage	
Niveau provincial	Soutien actif au milieu québécois de la musique dans ses représentations auprès des instances fédérales		Assujettissement des entreprises étrangères aux règles fiscales québécoises en vue de financer des mesures culturelles - RÉCEMMENT MIS EN PLACE

LEVIER FINANCIER : Soutenir, pour ne pas avoir à rebâtir...

En attendant que le marché revienne à l'équilibre, il est urgent de soutenir les entreprises en place. Il est toujours plus simple de soutenir la structure en place que de la laisser s'effondrer, pour ensuite tenter de la reconstruire.

Soutenir les entreprises indépendantes du secteur de la musique pour assurer leur compétitivité : un aperçu des besoins

Performance entrepreneuriale et mise en valeur :

- Accroître l'accès des entreprises à une main-d'œuvre de qualité pour relever les défis particuliers relatifs à la visibilité de nos contenus sur toutes les plateformes, à la diversification des revenus et à l'exportation.
- Accroître la capacité des entreprises d'offrir aux artistes et aux artisans du secteur de la musique et du spectacle plus d'occasions de rejoindre leurs différents publics en augmentant leur présence sur tout le territoire.
- Permettre aux entreprises d'augmenter significativement la réalisation continue de matériel audiovisuel favorisant la visibilité des artistes sur toutes les plateformes.
- Permettre aux entreprises de bonifier l'expérience du spectateur de musique et de compétitionner l'offre immense de divertissement dorénavant à sa portée — en salle comme à la maison — en y intégrant les nouvelles technologies.
- Stimuler des investissements considérés plus « à risque » par des mesures encourageant la production d'enregistrements sonores et de spectacles francophones, d'artistes émergents et mettant en valeur de la production originale.