

Mars 1995

RAPPORT SOUMIS AU GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA MUSIQUE

Étude de l'industrie canadienne
de l'enregistrement sonore

Phase I - Description de l'industrie

Rapport final

Version traduite d'un rapport préparé par Ernst & Young relatif au groupe de travail sur l'avenir de l'industrie canadienne de la musique et approuvé par ce dernier.

NOTE: ENGLISH VERSIONS OF THIS REPORT CAN BE OBTAINED

FROM THE FEDERAL DEPARTMENT OF CANADIAN HERITAGE

Table des matières

RÉSUMÉ	i
1.0 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	1
2.0 MÉTHODE	2
3.0 LIMITES DE L'ÉTUDE	3
4.0 L'INDUSTRIE DE L'ENREGISTREMENT SONORE AU CANADA	7
4.1 Définition de l'industrie	7
4.2 Structure de l'industrie canadienne	8
4.2.1 Compositeurs, auteurs (paroliers), artistes-interprètes (chanteurs et musiciens)	
4.2.2 Éditeurs	
4.2.3 Gérants d'artistes	
4.2.4 Producteurs de disques filiales de multinationale et indépendants	
4.2.5 Réalisateurs	
4.2.6 Studios	
4.2.7 Détaillants	
4.2.8 Fabricants	
4.2.9 Distributeurs	
4.2.10 Promoteurs de concerts	
4.2.11 Autres	
5.0 RECETTES PROVENANT DES ACTIVITÉS CANADIENNES	32
5.1 Vente de CD et de cassettes	32
5.2 Recettes estimatives de spectacles	38
5.3 Recettes estimatives provenant de la vente de produits dérivés	46
5.4 Droits d'auteur estimatifs	48
5.4.1 Droits de reproduction mécanique	
5.4.2 Droits d'exécution	
5.5 Ventes estimatives de musique en feuille	57
6.0 EMPLOI	59
6.1 Emploi total	59
6.2 Emploi par province	60
6.3 Types d'emploi	61
7.0 VENTILATION DES COÛTS DE L'INDUSTRIE DE L'ENREGISTREMENT SONORE	62

8.0	NOUVEAUX ENREGISTREMENTS	65
8.1	Répartition selon la langue	65
8.2	Répartition selon le genre musical	67
8.3	Répartition selon la nationalité des capitaux majoritaires	69
9.0	INCIDENCE SUR L'ÉCONOMIE CANADIENNE	71
9.1	Taxes et impôts	71
9.2	Entrées et sorties de fonds	72
10.0	SITUATION DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'ENREGISTREMENT SONORE	74
10.1	Situation de l'industrie par rapport aux autres secteurs culturels	74
10.2	L'industrie canadienne dans un contexte international	85
11.0	LE QUÉBEC - UNE INDUSTRIE DISTINCTE	98
12.0	ENJEUX ET RECOMMANDATIONS	107

ANNEXE A : TABLEAUX DÉTAILLÉS

Tableau 1 :	Recettes estimatives de l'industrie au Canada, 1993
Tableau 2 :	Part sous contrôle étranger et part sous contrôle canadien du marché canadien, 1993
Tableau 3 :	Partage du segment sous contrôle canadien du marché, 1993
Tableau 4 :	Répartition estimative des recettes de l'industrie par type de société, 1993
Tableau 5 :	Part estimative du contenu canadien, 1993
Tableau 6 :	Estimations de l'emploi au Canada
Tableau 7 :	Sorties de fonds
Tableau 8 :	Entrées de fonds
Tableau 9 :	Estimations détaillées des droits d'exécution, 1993
Tableau 10 :	Balance des droits d'exécution, 1993
Tableau 11 :	Droits de reproduction mécanique, 1993
Tableau 12 :	Répartition estimative des recettes de spectacles au Canada, 1993
Tableau 13 :	Produits dérivés, 1993
Tableau 14 :	Ventilation du prix de vente moyen d'un CD - Filiales de multinationales, 1993
Tableau 15 :	Ventilation des coûts d'enregistrement et des coûts récupérables
Tableau 16 :	Ventilation du prix de vente moyen d'un CD - Producteurs de disques indépendants, 1993

- Tableau 17 : Ventilation des nouveaux enregistrements selon le genre musical et la langue
- Tableau 18 : Enregistrements primés au Canada, 1993
- Tableau 19 : Producteurs de disques - ratios divers
- Tableau 20 : Prix de gros relatifs des disques compacts se vendant au plein prix
- Tableau 21 : Dépenses fédérales dans certains secteurs culturels
- Tableau 22 : Dépenses provinciales dans certains secteurs culturels
- Tableau 23 : Répartition des maisons d'enregistrement sonore par province

ANNEXE B : TABLEAUX DÉTAILLÉS POUR LE QUÉBEC

- Tableau Q1 : Recettes estimatives de l'industrie au Québec, 1993
- Tableau Q2 : Part sous contrôle québécois du marché québécois, 1993
- Tableau Q3 : Estimations de l'emploi au Québec
- Tableau Q4 : Coûts moyens de production d'enregistrements financés par MUSICACTION
- Tableau Q5 : Ventes au détail réalisées au Québec par des entreprises québécoises en 1993
- Tableau Q6 : Production d'enregistrements sonores au Québec, 1987-1993
- Tableau Q7 : Dépenses du gouvernement québécois et des administrations locales dans certains secteurs culturels, 1991

ANNEXE C : BIBLIOGRAPHIE ET PERSONNES-RESSOURCES

RÉSUMÉ

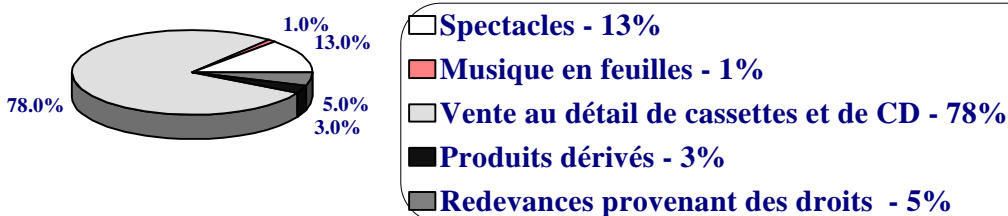
Le présent rapport vise à brosser un tableau objectif de l'industrie de l'enregistrement sonore telle qu'elle existe actuellement au Canada.

Il aborde essentiellement l'industrie d'un point de vue quantitatif. N'ayant pas pour objet l'industrie de la musique au sens large, il peut sembler accorder moins d'importance qu'on ne s'y attendrait aux musiciens eux-mêmes, qui sont au coeur de l'industrie de la musique et de l'enregistrement sonore. L'attention portée à d'autres éléments de l'industrie est fonction du mandat et du budget de l'étude. Il n'est pas question ici de sous-estimer l'importance des musiciens, ni d'autres éléments créateurs de l'industrie, dont l'industrie a souligné en maintes occasions le rôle crucial aux consultants chargés de l'étude.

L'annexe A renferme 23 tableaux qui présentent l'information essentielle sur l'ensemble de l'industrie, tandis que l'annexe B renferme un ensemble distinct de tableaux pour le Québec. Le corps du rapport explique les données que ces tableaux renferment. La plupart des renseignements s'appliquent à 1993 mais, dans la mesure du possible, nous avons inclus des données sur les années antérieures afin de dégager des tendances. Il faut toutefois rappeler au lecteur que les données relatives aux années antérieures sont parfois de qualité douteuse. Même certaines des données pour l'année courante sont aussi basées sur des estimations.

En 1993, les ventes au détail de disques et les activités connexes au Canada ont rapporté à l'industrie de l'enregistrement sonore des recettes de l'ordre de 1,2 milliard de dollars. Cette somme est venue surtout (79 p. 100) de la vente de disques compacts (CD) et de cassettes pré-enregistrées, mais aussi, en bonne partie, de concerts (12 p. 100), de la vente de produits dérivés (3 p. 100) et de droits d'exécution versés aux compositeurs et paroliers pour l'utilisation de leur musique, notamment à la radio et à la télévision (5 p. 100). Le dernier 1 p. 100 des ventes totales provient de la vente de musique en feuilles.

Recettes estimatives de l'industrie au Canada, 1993



Comme le montre le tableau 2 de l'annexe, la part canadienne de ces recettes a atteint quelque 247 millions de dollars, soit approximativement 21 p. 100 du total. La part varie considérablement selon la source de recettes; ainsi, les concerts génèrent pour le Canada une part des recettes plus grande que celle des ventes de disques. La portion correspondant au Québec est d'approximativement 100 millions de dollars, soit 8 p. 100 du total global et 40 p. 100 de la part canadienne.

Les Canadiens réalisent aussi un gain d'environ 215 millions de dollars qui provient de sources étrangères, ce qui inclut les ventes d'enregistrements, les concerts et les ventes de produits à l'étranger, les droits d'exécution versés par des utilisateurs étrangers et la fabrication de CD pour des entreprises étrangères. Les réussites canadiennes dans le domaine de l'exportation sont considérables et constituent le meilleur espoir de croissance soutenue pour l'industrie. Le marché canadien est trop petit pour produire des volumes de ventes concurrentiels et égaler le rendement financier offert à ceux qui participent à des marchés mondiaux.

Les étrangers se sont emparés d'une somme de quelque 317 millions de dollars au Canada, nous laissant ainsi une balance déficitaire nette de quelque 102 millions de dollars. Ces déplacements de

fonds englobent les paiements effectués pour l'utilisation de bandes maîtresses importées, les droits de reproduction mécanique et d'exécution, les concerts et la vente de produits concernant des artistes étrangers, les versements de dividendes aux sociétés mères et les sommes versées pour les produits préenregistrés importés.

Les éléments clés de l'industrie sont l'oeuvre (chanson), l'interprète, le droit d'auteur et le produit (cassette, disque compact ou autre support). La Loi sur le droit d'auteur prévoit le paiement d'un certain nombre de droits en contrepartie de la reproduction ou de l'utilisation de ces oeuvres. L'artiste, qui est aussi souvent le compositeur, enregistre (interprète) l'oeuvre dans un studio, ordinairement avec l'aide d'un réalisateur. (Les termes «artiste» et «interprète» sont par conséquent souvent utilisés l'un pour l'autre dans le présent rapport. Le terme «artiste» a, bien entendu, de nombreux autres sens, notamment ceux de compositeur et d'auteur.) L'ensemble de la production et du marketing de l'enregistrement peut être financé et organisé par un producteur de disques (l'équivalent d'une maison d'édition de livres).

L'éditeur de musique participe jusqu'à un certain point à l'édition du matériel, mais il joue un rôle en général plus restreint que le producteur de disques. Alors qu'il désignait à l'origine celui qui s'occupait de l'édition de la musique en feuilles, l'expression «éditeur de musique» désigne maintenant une personne qui joue plutôt un rôle de courtier. Les éditeurs de musique sont propriétaires d'une partie des droits du compositeur ou du parolier et ils s'emploient à promouvoir l'oeuvre auprès des producteurs de disques ainsi qu'à surveiller la perception des droits. En ce qui concerne cette dernière activité, certains fonctionnent par l'entremise d'une société de gestion des droits d'auteurs. Certains producteurs de disques exercent aussi les fonctions d'un éditeur de musique, bien que la plupart des tâches d'édition soient exécutées par des organisations indépendantes, qui appartiennent aux sociétés mères des grands producteurs de disques.

Dans toutes les provinces canadiennes sauf au Québec, les enregistrements sont ordinairement distribués par des sociétés d'enregistrement étrangères et vendus par l'entremise d'un réseau de magasins de détail la plupart du temps de propriété canadienne. Les sociétés indépendantes ont ainsi généralement un bon accès au marché canadien, même si elles doivent dédommager les grandes sociétés ou d'autres organisations pour ce service. C'est ce facteur, entre autres, qui permet aux grands producteurs de disques d'être beaucoup plus rentables que les sociétés indépendantes, comme

le montre le tableau 19 de l'annexe. Au Canada, les entreprises de vente directe (des entreprises de commandes postales comme Columbia House), qui sont pour la plupart de propriété étrangère, représentent une part sans cesse croissante du commerce de détail.

Au Québec, le système de distribution est plus souvent de propriété canadienne. Pour ces raisons et à cause d'autres facteurs importants, comme la langue, le marché québécois est beaucoup plus rémunérateur pour les artistes locaux.

Comme le montre le tableau 5, les artistes et compositeurs canadiens se sont emparés d'environ 22 p. 100 de l'ensemble du marché national et environ la même proportion des nouveaux enregistrements leur sont attribuables. Les sociétés indépendantes génèrent environ 62 p. 100 des recettes provenant des produits à teneur canadienne. Le chiffre de ventes total des sociétés d'enregistrement canadiennes s'élève à environ 80 millions de dollars (135 millions de dollars au détail), dont la grande partie est générée par des enregistrements d'artistes canadiens.

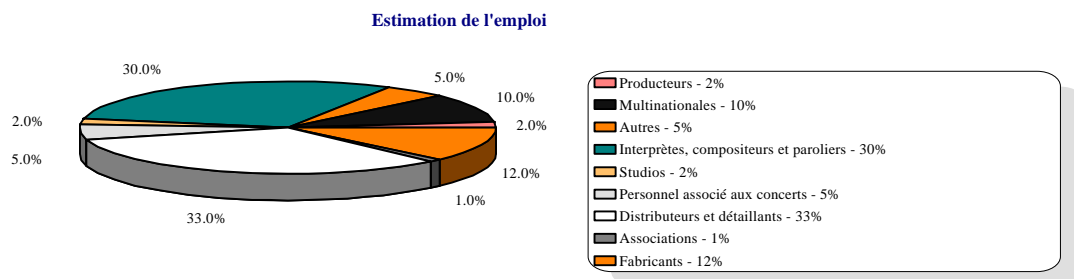
Sur ce montant, les sociétés d'enregistrement québécoises réalisent des ventes de quelque 45 millions de dollars (75 millions de dollars au détail), tandis que les sociétés d'enregistrement indépendantes dans les autres provinces enregistrent des ventes de quelque 35 millions de dollars (60 millions de dollars au détail). Il suffit de comparer ces deux estimations pour constater que la part du marché du Québec qui revient aux artistes québécois est beaucoup plus considérable que la part du marché canadien hors Québec détenue par les autres artistes canadiens.

Les ventes au détail des producteurs de disques étrangers et des entreprises de vente directe s'élèvent à environ 790 millions de dollars, dont quelque 83 millions sont attribuables aux artistes canadiens.

L'industrie québécoise présente plusieurs caractéristiques qui la distinguent de son pendant anglo-canadien. Elle est plus intégrée verticalement et horizontalement. Les entreprises québécoises contrôlent une part considérable des activités de distribution et de vente au détail. Au Québec, l'industrie de l'enregistrement sonore fait partie de l'industrie globale du spectacle, qui inclut les enregistrements, les festivals, les concerts, la radio et la télévision et qui gravite autour de l'artiste plutôt que de la chanson. Les stations de radio doivent diffuser au moins 65 p. 100 de chansons en

français et 30 p. 100 d'enregistrements à contenu canadien; ces quotas avantagent l'industrie. Celle-ci obtient une part significative de ses fonds des gouvernements fédéral et provincial (relativement plus que dans les autres provinces), en plus de jouir de l'appui que procure le gouvernement provincial aux spectacles. Les différences linguistiques la protègent aussi dans une certaine mesure contre la plupart des concurrents étrangers. Par contre, les possibilités offertes ailleurs au Canada à la plupart des artistes québécois sont limitées et les possibilités ailleurs sont généralement limitées à une clientèle relativement peu nombreuse qui, dans le marché francophone mondial, a les moyens d'acheter des quantités considérables d'enregistrements sonores.

On estime que l'industrie fournit de l'emploi à 16 000 personnes, y compris les travailleurs indépendants. Les principales catégories d'emploi qui existent dans l'industrie sont les suivantes : distributeurs et détaillants d'enregistrements sonores (5 000), artistes-interprètes (chanteurs et musiciens), compositeurs et auteurs (4 500), fabricants (2 000) et employés de producteurs de disques (2 000). Le graphique suivant et le tableau 6A de l'annexe présentent une ventilation de l'emploi. Au Québec, on estime que 4 000 personnes travaillent dans l'industrie, la plupart en tant que distributeurs et détaillants d'enregistrements sonores (1 250), artistes-interprètes (chanteurs et musiciens), compositeurs et auteurs (1 000), fabricants (670) et employés de producteurs de disques (670).



Dans le corps du texte, nous faisons certaines recommandations au sujet des aspects suivants.

Dans l'ensemble, les statistiques sur l'industrie sont de qualité médiocre; il faudrait les améliorer sensiblement avant d'entreprendre des initiatives d'orientation et d'évaluer celles-ci. Cela exigera un meilleur financement des initiatives de l'industrie.

L'industrie reçoit beaucoup moins d'aide financière des pouvoirs publics, par rapport à sa taille, que les autres industries culturelles. En 1993, le gouvernement fédéral lui a accordé un soutien de l'ordre de 7 millions de dollars, tandis que les provinces ont versé des contributions d'environ 2 millions de dollars. La même année, l'industrie a généré un montant estimatif de 200 millions de dollars en taxes et impôts. La taille et les retombées éventuelles de l'industrie justifient une aide financière accrue.

Les nouvelles technologies, y compris les moyens de distribution électronique et les dispositifs permettant de réaliser à domicile des enregistrements de qualité presque professionnelle, menacent la base de revenus traditionnelle de l'industrie. L'application des mesures de protection des droits d'auteur en vigueur et l'établissement de nouveaux droits constituent une grande priorité pour l'industrie.

L'industrie compte aussi sur le gouvernement (le CRTC) pour raffermir son engagement, perçu de plus en plus hésitant, en matière de contenu canadien à la radio et dans d'autres médias (télévision) actuels et futurs. Cet engagement a largement contribué et demeure une assise essentielle au succès qu'ont connu un grand nombre d'artistes canadiens au cours des deux dernières décennies.

Les producteurs de disques indépendants sont d'envergure réduite et n'ont pas les ressources financières nécessaires pour faire valoir et promouvoir les talents canadiens autant qu'ils le souhaiteraient, ni pour offrir les programmes de formation nécessaires aux gestionnaires de l'industrie. FACTOR et MUSICACTION ont fourni une certaine aide, mais le montant disponible n'est pas suffisant pour répondre à la demande. Du point de vue de la stratégie d'aide au développement de l'infrastructure des producteurs canadiens indépendants, les objectifs des programmes n'ont pas pu être atteints en raison des faibles ressources des deux organismes. Dans ces conditions, l'aide financière disponible a été consacrée au financement de projets ponctuels d'un producteur en vue de

contribuer ainsi à la vigueur et à la viabilité générales du producteur bénéficiaire. FMC a très peu de ressources à affecter au financement de sociétés et encore moins aux indispensables fonctions de marketing et de promotion. Ces organismes de financement devraient être soutenus financièrement de façon qu'ils puissent offrir aux producteurs canadiens indépendants une base financière plus vaste et plus stable. Pour cela, il faut élargir les programmes de façon à tenir compte des besoins de l'industrie à l'échelle nationale et internationale. Il serait dans le plus grand intérêt de l'industrie d'envisager de nouvelles mesures d'encouragement, de nature fiscale ou autre. Certaines parties de l'industrie aimeraient également voir les artistes, musiciens, compositeurs, paroliers et autres créateurs bénéficier d'une aide plus directe.

Les grandes vedettes canadiennes sont fortement tentées de quitter leur pays, ce qui entraîne des pertes considérables pour l'économie canadienne. Il faudrait explorer des moyens de les encourager à rester au Canada.

Enfin, la réalité économique même de l'industrie oblige les Canadiens à ne pas se limiter au petit marché intérieur, qui ne leur permet généralement guère plus que de récupérer les frais sans cesse croissants de production et de commercialisation d'un disque à succès. Les Canadiens ont démontré qu'ils peuvent très bien soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux; néanmoins, ils ont besoin de politiques, de lois et de programmes nouveaux pour assurer la croissance continue des exportations.

The image features a central graphic consisting of a large circle with a smaller concentric circle inside, resembling a CD or record. Above this circle, a series of musical notes of various sizes and styles are arranged in an arc, appearing to float or be part of a melody. Two horizontal lines, one above and one below the CD graphic, extend across the width of the page. The text 'Objectifs de l'étude' is written in a bold, red, sans-serif font across the middle of the CD graphic.

Objectifs de l'étude

1.0 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

La présente étude a pour objectif général de broser un tableau actuel de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. Elle servira de document de base à l'exécution d'autres travaux par le Groupe d'étude sur l'avenir de l'industrie canadienne de la musique. Ces travaux examineront l'incidence qu'ont sur l'industrie les changements survenus notamment sur les plans de la technologie et du droit d'auteur. L'étude permettra également de formuler des recommandations visant à améliorer les perspectives de l'industrie.

L'étude porte sur les industries de l'enregistrement sonore en français et en anglais et vise à produire l'information suivante :

- un profil des composantes de l'industrie et une analyse de leurs rapports réciproques;
- des statistiques sur le lancement et les ventes unitaires de produits canadiens et étrangers au cours des dernières années;
- une analyse des recettes et des dépenses des secteurs canadien et étranger de l'industrie;
- des estimations de la situation de l'industrie sur le plan de l'emploi;
- des renseignements sur les entrées de fonds au Canada et les sorties de fonds à partir du Canada;
- un examen de l'industrie canadienne dans le contexte international;
- un résumé préliminaire des principaux problèmes de l'industrie.

Durant les travaux, des membres de l'industrie ont soulevé un certain nombre de questions qui débordaient le cadre de l'étude; nous n'avons donc pu les examiner en détail ni les régler à cette étape-ci. Une de ces questions concernait le rôle d'Investissement Canada. Le Groupe d'étude a demandé que des questions de ce genre soient examinées en profondeur à la prochaine étape de l'étude.



Méthode

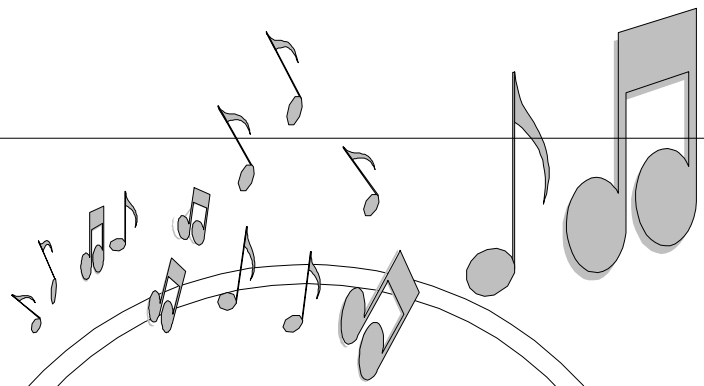
2.0 MÉTHODE

L'étude a été dirigée par un sous-comité du Groupe d'étude composé de M. Brian Chater de la "Canadian Independent Record Production Association" (CIRPA), M. Brian Robertson de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (AICE), M. David Basskin de l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux limitée (ACDRM), M. Robert Pilon de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et M^{me} Heather Wallace du ministère du Patrimoine canadien.

L'équipe chargée de l'étude, dirigée par Ernst & Young, était composée de MM. François Arcand, Richard Blanchard, Andrew Cuthill, Charles-Antoine St-Jean et Paul Stothart. MM. Andrew Shaw et John Watt agissaient à titre de conseillers.

Les membres de l'équipe ont examiné toutes les données disponibles publiées sur l'industrie, rencontré un grand nombre des personnes chargées de recueillir ces données, obtenu des analyses spéciales de Statistique Canada, de la "Foundation to Assist Canadian Talent on Records" (FACTOR), de MUSICACTION, de la base de données sur l'industrie canadienne de la musique, de l'ACDRM, de la Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada inc. (SODRAC) et de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN), en plus de mener des enquêtes approfondies en personne, par la poste et par téléphone auprès de représentants de tous les secteurs de l'industrie. Les annexes renferment une liste des documents examinés et des personnes consultées.

Enfin, l'équipe a passé en revue, avec le Groupe d'étude, les rapports provisoires, l'ébauche finale et le texte définitif.



Limites de l'étude

3.0 LIMITES DE L'ÉTUDE

Il y a une grave pénurie de renseignements publiés sur l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, comme c'est d'ailleurs le cas pour un grand nombre d'industries culturelles. Comme nous le verrons plus loin, il existe souvent entre les diverses sources d'information des différences appréciables sur des points fondamentaux, comme la taille de l'industrie. Dans d'autres cas, on ne trouve pas de statistiques complètes sur des aspects importants comme la taille de l'effectif ou la répartition des droits de reproduction mécanique entre les Canadiens et les étrangers. En l'absence de données, nous avons fait des estimations basées sur l'avis d'experts.

Malgré d'évidentes et importantes difficultés en ce qui concerne les données, nous tenons à souligner l'excellente collaboration de l'industrie de l'enregistrement sonore. Les données que certaines associations de l'industrie, telles que la SOCAN, possèdent sur leur secteur de l'industrie sont comparables ou même supérieures à celles de tout autre pays. Particuliers, entreprises, associations et autres organismes nous ont donné généreusement de leur temps, et beaucoup ont passé des heures à chercher et à interpréter des données pour nous.

Les données produites par Statistique Canada sont préoccupantes à certains égards. Premièrement, bien qu'il soit difficile de concilier les tendances de ces données pour les cinq dernières années avec celles d'autres sources, Statistique Canada demeure la seule source de données complètes sur l'industrie. Deuxièmement, certaines données sont difficiles à interpréter et ne peuvent pas être conciliées avec celles d'autres sources (par ex., en ce qui concerne les droits de reproduction mécanique et les paiements pour l'obtention des bandes maîtresses d'origine étrangère). Troisièmement, les données relatives à l'importation ne sont pas utilisables parce qu'elles ne permettent pas de faire la distinction entre les produits dérivés de cette industrie (comme les CD et les cassettes préenregistrées) et ceux utilisés par d'autres industries (produits éducatifs, enregistrements de livres sur cassettes, etc.).

Tant l'industrie que Statistique Canada sont responsables de la médiocrité des données. Certaines sociétés qui déclarent des renseignements à Statistique Canada ne respectent pas intégralement des directives d'enquête apparemment assez complètes et claires. D'autres ne se donnent tout simplement

pas la peine de répondre aux enquêtes, ce qui explique que le champ d'observation varie d'une année à l'autre. Certains cadres supérieurs de l'industrie avec lesquels nous avons communiqué pour cette étude ne savaient même pas que Statistique Canada produisait un rapport sur l'industrie. Leur ignorance indique bien le peu de soin que leurs sociétés ont vraisemblablement mis à répondre à l'enquête. Conscients des difficultés liées aux données, l'industrie et Statistique Canada s'emploient à en régler un grand nombre.

Nous avons trouvé dans une importante source d'information, soit la base de données sur l'industrie canadienne de la musique, une quantité considérable de données utiles pour cette étude. Les ressources qui y sont consacrées étant toutefois restreintes, la base de données n'est actuellement pas complète. On y trouve par exemple une information abondante sur le nombre d'artistes canadiens qui ont fait des enregistrements au cours des cinq dernières années, mais le nombre total d'artistes qui ont participé à un enregistrement n'est pas toujours indiqué.

Une autre difficulté est liée à la délimitation de l'industrie, notamment par rapport à l'industrie de la musique en général. À la section 4.1, nous donnons la définition utilisée dans ce rapport et discutons des problèmes de définition.

Un de nos objectifs principaux était bien sûr de surmonter ces difficultés et de broser un tableau fidèle de l'industrie. Ceci a été fait. Toutefois, n'ayant ni les ressources ni les pouvoirs requis pour exécuter une enquête exhaustive comme seul un organisme public peut le faire, nous rappelons qu'il faut considérer les résultats, à de nombreux égards, uniquement comme des estimations de l'ordre de grandeur. Dans certains domaines, il s'est révélé impossible de fournir des estimations ou des indications raisonnablement exactes des tendances, notamment lorsque les quantités sont relativement faibles. Le rapport ne renferme par exemple presque aucune donnée sur la répartition de l'emploi entre les provinces. L'emploi se trouve en grande partie en Ontario et au Québec et, à un moindre degré, en Colombie-Britannique. Dans les autres provinces, les quantités sont souvent si minimes qu'on peut les inclure dans la marge d'erreur globale des estimations. Dans le cas des artistes, par exemple, il est très difficile, même à l'échelon national, de déterminer combien sont véritablement engagés dans l'industrie.

Une autre difficulté tient aux mythes et au secret qui entourent l'industrie. Bien que la création de ce groupe d'étude et l'interaction fructueuse de ses membres témoignent de la capacité de l'industrie de s'unir pour une cause commune, de nombreux secteurs de l'industrie se méfient les uns des autres et mettent en doute les «données» qu'ils n'ont pas eux-mêmes produites. Nous avons certes bénéficié d'une excellente collaboration de la grande majorité des membres de l'industrie, mais l'information que nous avons reçue d'une source contredisait souvent celle qui venait d'une autre, ce qui nous a obligés à choisir l'information qui nous semblait la plus raisonnable. Nous sommes reconnaissants envers les membres du Groupe d'étude, qui nous ont aidés à juger de ces questions.

Plus loin dans le rapport, nous examinerons de plus près les problèmes de données et ferons des recommandations pour aider à les régler dans l'avenir.

Étant donné la complexité de l'industrie et la nécessité de s'en tenir à une information quantitative, il nous a fallu faire des choix difficiles afin de déterminer quelles parties de l'industrie allaient être étudiées directement, et lesquelles allaient l'être de manière indirecte, à l'aide de documents publiés. Si nous n'avons pas consulté directement certains secteurs de l'industrie, ce n'est pas que ceux-ci ne soient pas importants, mais simplement que nous pouvions obtenir l'information nécessaire plus efficacement par d'autres moyens.

Enfin, il se peut que, sur certains plans, les résultats financiers étonnent les non-initiés par leur petitesse. En raison du prestige et du mystère qui entourent le «succès» dans le domaine de l'enregistrement sonore, on exagère souvent l'importance des résultats financiers. Certes, quelques artistes qui connaissent beaucoup de succès ont des revenus astronomiques, mais les revenus de la grande majorité sont relativement modestes. Pour situer le «succès» dans son contexte, reprenons les paroles d'un cadre supérieur de l'industrie qui a dit : «Nous récompensons les artistes qui meurent de faim».



**L'industrie de l'enregistrement
sonore au Canada**

The image features a central graphic consisting of a vinyl record with concentric grooves. Above the record, a series of musical notes of varying sizes and styles are arranged in an upward-curving path from left to right. Two horizontal lines, one above and one below the record, extend across the width of the page, framing the central elements.

4.0 L'INDUSTRIE DE L'ENREGISTREMENT SONORE AU CANADA

4.1 DÉFINITION DE L'INDUSTRIE

Pour les besoins de la présente étude, l'industrie de l'enregistrement sonore inclut toutes les activités liées directement à l'enregistrement de la musique ainsi qu'à la vente et à l'utilisation des enregistrements musicaux. Elle commence dès la création d'une composition musicale, avec ou sans paroles, et englobe les étapes subséquentes de l'enregistrement, de la réalisation matérielle, de l'emballage, de la distribution, de la présentation et de la vente ou de l'utilisation publique de cette composition.

La définition englobe également les activités qui, bien qu'elles ne consistent pas directement en des activités d'enregistrement sonore, sont étroitement liées à l'industrie. Elle exclut les activités qui ne sont qu'accessoirement liées à l'enregistrement, même si elles peuvent être considérées comme faisant partie de l'industrie de la musique en général. Elle inclut par conséquent les concerts qui aident à promouvoir les ventes d'enregistrements sonores ou qui permettent de faire fond sur le marché créé par ces enregistrements, mais pas les comédies musicales. Elle comprend les ventes de produits tels les tee-shirts et les autres articles associés à des artistes qui produisent des enregistrements sonores, mais non pas les recettes de bars. Les ventes de musique en feuilles sont incluses seulement dans le cas où elles sont étroitement liées aux ventes d'enregistrements sonores. La seule façon pratique d'appliquer cette distinction a été d'exclure les ventes de musique en feuilles destinée au marché de l'éducation.

Toutes les formes d'enregistrements de musique sont incluses (comme les CD, les disques noirs et les cassettes), mais en pratique, de nos jours, seuls les CD et les cassettes représentent une part importante du marché. Les enregistrements de livres ne font pas partie de l'industrie.

Divers groupes et particuliers, du compositeur jusqu'au détaillant, participent à l'industrie de l'enregistrement sonore. Certaines de ces personnes sont des participants à plein temps, même si elles

travaillent pour diverses sociétés, mais un grand nombre sont des travailleurs à temps partiel ou occasionnels. Ainsi, environ 50 000 auteurs et éditeurs appartiennent à la SOCAN, qui est la société chargée de gérer les droits d'exécution du Canada, mais moins de 5 p. 100 de ces personnes tirent un revenu appréciable de l'industrie. La plupart ont d'autres emplois et sources de revenus. Pour les besoins de cette étude, seules les personnes pour lesquelles l'enregistrement sonore semble représenter une part importante de leurs revenus sont incluses.

Nous avons défini l'industrie de manière à inclure les artistes de nationalité canadienne qui, maintenant, vivent peut-être presque toujours à l'étranger et conservent une bonne part de leurs revenus à l'extérieur du Canada. Cette catégorie est peu nombreuse mais elle inclut certaines des plus grandes vedettes, dont les revenus sont considérables par rapport à l'ensemble du secteur canadien.

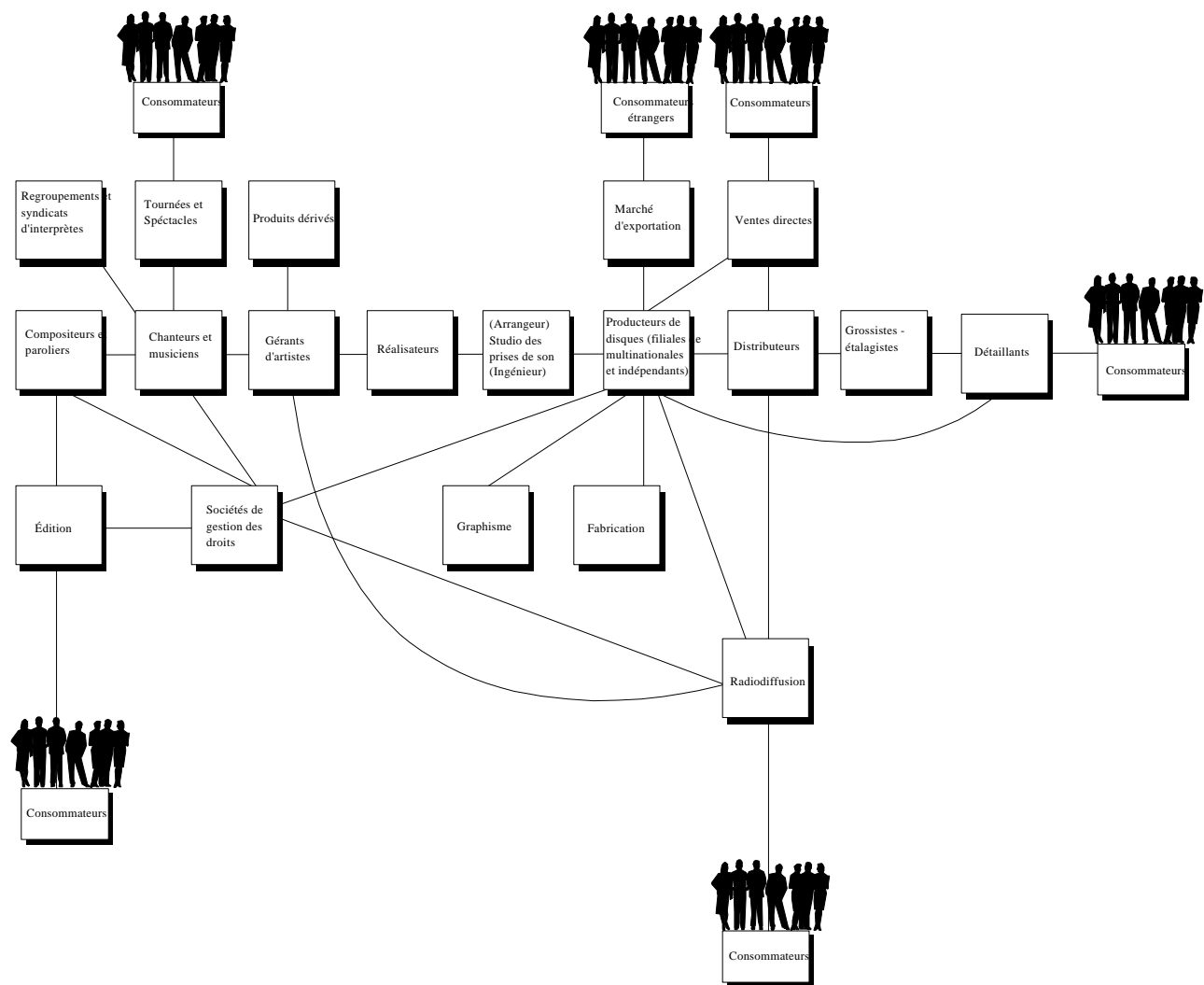
La ligne de démarcation entre les membres et les non-membres de l'industrie est floue, surtout en ce qui concerne l'emploi. Pour dégager les données relatives à certaines parties de l'étude, il a fallu faire preuve de jugement, en s'appuyant sur l'avis d'experts.

4.2 STRUCTURE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE

Complexe, l'industrie de l'enregistrement sonore compte de nombreux sous-secteurs, comme le révèle le tableau ci-contre.

4.2.1 Compositeurs, auteurs, (paroliers) et artistes-interprètes (chanteurs et musiciens)

Les compositeurs et paroliers créent la musique et les paroles qui constituent le fondement de l'enregistrement sonore. Grâce au système des droits d'auteur, ils touchent une rémunération en contrepartie de l'enregistrement et de l'interprétation de leurs oeuvres en public, par eux-mêmes ou par d'autres. Pour promouvoir l'utilisation de leurs oeuvres, les compositeurs et les paroliers ont ordinairement recours à un éditeur qui souvent maintenant touche environ 25 p. 100 des droits sur les nouvelles oeuvres. Certains compositeurs et paroliers gèrent eux-mêmes les droits de leurs oeuvres. Beaucoup de compositeurs interprètent aussi leurs propres oeuvres. Il arrive que plusieurs personnes participent à une oeuvre et en partagent les recettes. La section sur les droits de



reproduction mécanique renferme une estimation des gains réalisés par les compositeurs et paroliers grâce à la vente d'enregistrements, tandis que celle qui porte sur les droits d'exécution précise les recettes que procurent les utilisations publiques des compositions musicales.

Aux fins du présent rapport, on entend par artistes les vedettes et les groupes de chanteurs et de musiciens qui interprètent la musique; les termes «artiste» et «interprète» sont interchangeables. Nous ne voulons pas dire ainsi que les compositeurs et les auteurs ne sont pas eux aussi des artistes. Nous avons simplement voulu limiter la définition du terme «artiste» en excluant ces derniers groupes. De fait, nombre d'artistes-interprètes sont également compositeurs et enregistrent surtout leurs propres oeuvres.

L'artiste qui signe un contrat avec un producteur de disques touche des redevances ordinairement basés sur le nombre d'exemplaires vendus. Le montant de ces redevances varie selon le prestige des artistes; celles que touche une vedette internationale peuvent être le double ou le triple de celles versés à un nouvel artiste. Suivant un système de retenues, les frais de production d'un enregistrement sonore et les frais connexes sont déduits des redevances de l'artiste. Les frais de production (y compris de vidéos promotionnels) sont maintenant si élevés que jusqu'à 80 p. 100 des artistes ne couvrent jamais leurs frais. Certains, surtout en début de carrière, produisent et distribuent leurs propres enregistrements et, parfois, font ainsi plus d'argent que s'ils avaient produit sous étiquette un disque qui se vend bien. Les tournées sont une autre source de revenus pour les artistes, bien que, pour les nouveaux venus, les revenus nets puissent être minimes ou même exiger des subventions (récupérables) du producteur de disques. Les tournées peuvent rapporter des sommes faramineuses (des dizaines de millions de dollars par année) aux vedettes internationales, qui forment toutefois un groupe très exclusif. Les artistes reconnus réalisent aussi des sommes considérables grâce à la vente d'articles produits pour eux ou leurs spectacles.

Il y a relativement peu de musiciens (musiciens de séances d'enregistrement) qui accompagnent les chanteurs durant les séances d'enregistrement. Très qualifiés, ils peuvent bien jouer une musique qui

ne leur est pas familière peu après l'avoir entendue pour la première fois. Leur talent contribue à réduire les frais des séances d'enregistrement.

Traditionnellement, un nouveau groupe ou un nouvel artiste canadien commence à réaliser une maquette (bande démo), suivie de quelques spectacles locaux très peu rémunérés; après s'être attiré des admirateurs à l'échelon régional, le groupe ou l'artiste signera un contrat avec un producteur de disques indépendant et lancera un enregistrement qui rapportera un succès commercial assez grand pour justifier d'autres enregistrements et l'appui, sur les plans du marketing et de la promotion, du producteur de disques. Seulement un disque sur dix produit un rendement intéressant, et c'est rarement le premier disque d'un artiste. Dans le cas d'un artiste prometteur, le producteur de disques tentera de prendre des dispositions en vue de la distribution à l'étranger. De plus en plus, les grands producteurs de disques procèdent de la même façon en ce qui concerne les talents canadiens, surtout dans la région de Toronto, considérée comme un des milieux les plus effervescents de l'Amérique du Nord sur le plan de la musique. Vu leur solidité financière, les grandes maisons tendent à dépenser plus que les indépendants au chapitre de l'enregistrement, des vidéos, de la publicité et de la promotion commerciale, de l'encouragement à la radiodiffusion des compositions et de l'appui des tournées. Si un groupe ou un artiste remporte du succès au Canada, le producteur de disques travaille avec d'autres producteurs à l'étranger pour y promouvoir l'artiste ou le groupe. Au Québec, l'artiste, mieux intégré à l'ensemble de l'industrie du spectacle, est plus susceptible de traiter avec une maison québécoise qu'avec un grand producteur de disques.

Un grand nombre d'artistes-interprètes et de paroliers-compositeurs, soit probablement plus de 15 000, tirent une partie de leur gagne-pain de l'industrie. Toutefois, le nombre de ceux qui jouent un rôle actif et permanent dans l'industrie et qui en tirent la moitié de leurs revenus est beaucoup plus petit, soit environ 4 500. Il y a probablement moins de 500 artistes et compositeurs qui gagnent raisonnablement bien leur vie dans cette industrie et probablement moins de 100 qui en tirent d'excellents revenus.

Ces nombres incluent les musiciens. La Fédération américaine des musiciens compte plus de 18 000 membres, dont un grand nombre toutefois ne participent pas à des séances d'enregistrement. Moins de 500 musiciens tirent plus que quelques milliers de dollars par année de cette activité.

On estime qu'au Québec, quelque 1 250 artistes-interprètes (chanteurs et musiciens), compositeurs et auteurs (paroliers) sont très actifs dans l'industrie de l'enregistrement sonore. Étant donné que celle-ci est plus étroitement intégrée à d'autres secteurs de l'industrie du spectacle, la proportion de ceux qui y gagnent raisonnablement leur vie est probablement plus élevée au Québec que dans les autres provinces.

Dans l'ensemble, les chances de réussir financièrement en tant qu'artiste sont très minces, mais pour ceux qui réussissent, la récompense est considérable.

4.2.2 Éditeurs

À l'origine, les éditeurs s'occupaient de l'impression et de la distribution de la musique en feuilles. Mais ces fonctions ont évolué pour constituer une activité distincte et spécialisée. Ce qu'on appelle de nos jours l'«édition» consiste en réalité en l'exploitation des droits.

Le secteur de l'édition englobe un certain nombre de petites et grandes sociétés (Warner/Chappell et EMI Music sont les plus grandes), souvent associées à un important producteur de disques et s'occupant de la représentation et de la promotion des oeuvres du compositeur et du parolier. L'éditeur a pour vocation d'exploiter les droits d'auteur au plus grand avantage des détenteurs de ces droits. Le droit d'auteur est déterminé par la loi et sa valeur varie d'une instance compétente à une autre. Il s'agit d'une question complexe, qui n'est pas basée sur la *common law* mais qui est plutôt du droit statutaire. La protection accordée par le droit d'auteur est une des clés de la prospérité future de l'industrie; en effet, les progrès technologiques auxquels nous avons fait allusion peuvent avoir une incidence considérable sur les mesures normales de protection qui permettent de contrôler les ventes d'un produit. Les éditeurs tirent leurs recettes de la vente d'enregistrements sonores (droits

de reproduction mécanique), de l'utilisation publique d'oeuvres protégées par droit d'auteur au cinéma, à la télévision, à la radio, dans des publicités ou à des concerts (droits d'exécution), ainsi que de la vente de musique en feuilles. Les sections sur les droits de reproduction mécanique et les droits d'exécution renferment des estimations des recettes réalisées par les éditeurs.

Les éditeurs partagent leurs recettes avec les auteurs, aux termes des contrats négociés. Dans certains cas (par ex., celui de la SOCAN), au moins 50 p. 100 des recettes vont à l'auteur, bien que cette proportion soit parfois plus élevée. Dans d'autres cas, par exemple dans celui de la SODRAC, la part de l'éditeur équivaut plutôt à 25 p. 100 du total. En fait, beaucoup de contrats en vigueur prévoient pour les auteurs une part de 75 p. 100 ou plus, mais il y a encore assez d'anciens contrats en vigueur pour ramener la part moyenne à environ 66,67 p. 100.

Si l'on applique cette répartition à l'ensemble des recettes, on obtient pour les éditeurs des recettes nettes estimatives de 36 millions de dollars en 1993, soit 13 millions en droits de reproduction mécanique, 20 millions en droits d'exécution et 3 millions en droits sur la vente de musique en feuilles.

4.2.3 Gérants d'artistes

Les gérants d'artistes s'occupent des intérêts des artistes. Leurs tâches incluent notamment des activités de marketing, l'organisation de concerts publics, la distribution de disques et cassettes aux stations de radio et les démarches auprès des représentants des artistes et du répertoire (A-R) du producteur de disques. Les gérants d'artistes prennent ordinairement un pourcentage de la rémunération des artistes (de 10 à 25 p. 100), mais n'ont pas nécessairement droit à une part de toutes les sources de revenus de ceux-ci. Certains fournissent aussi à leurs clients des conseils, notamment dans les domaines comptable et fiscal. Certains des gérants d'artistes qui ont le mieux réussi ont lancé leur propre maison de disques, ce qui leur procure un avantage considérable en leur donnant accès à plusieurs sources de revenus autres que les ventes de disques.

4.2.4 Producteurs de disques

Les producteurs de disques incluent les grandes multinationales (Warner, Sony, Polygram, BMG, EMI, MCA), ainsi que certaines petites multinationales et les sociétés indépendantes (on dénombre environ 180 petites sociétés canadiennes comme Attic, Anthem, ISBA, Disques Audiogram, Disques Star et Disque Double). Ils s'occupent tous, entre autres activités, de coordonner la production de vidéos et de disques, de signer des contrats avec les artistes, d'encourager ces derniers et de distribuer les produits aux détaillants et aux grossistes. Certains producteurs de disques s'occupent aussi d'édition, de fabrication et de promotion des concerts. Leurs pendants, dans les autres industries culturelles, sont les éditeurs de livres et les producteurs de films.

Les filiales des multinationales du disque s'emploient surtout à maximiser la vente des enregistrements faits par leur société mère et ses filiales. Certaines investissent beaucoup de temps et d'argent dans les produits canadiens. En 1993, les recettes estimatives totales des multinationales ont atteint 465 millions de dollars (l'équivalent de 625 millions de dollars au détail).

Bon an mal an, les grandes sociétés d'enregistrement accaparent de 80 à 90 p. 100 du marché canadien, et leurs produits sont ordinairement distribués à l'échelle du Canada. (Leur part du marché québécois est plus petite.) Elles réalisent la plus grande partie de leur chiffre d'affaires grâce à la vente de CD et de cassettes d'artistes recrutés par leur société mère et pour lesquels la filiale canadienne a acquis une licence.

Voici quelques groupes et artistes de renom représentés par les multinationales :

Étiquette	Artistes étrangers	Artistes canadiens
MCA	Nirvana, Aerosmith, Guns 'n' Roses, Wynonna Judd	Tragically Hip, Sloan, Alanis
Polygram	The Cult, Dire Straits, Billy Ray Cyrus, Bon Jovi	Pursuit of Happiness
Warner	Eric Clapton, Van Halen, Rod Stewart	BareNaked Ladies, Alannah Myles, k.d. lang
BMG	Whitney Houston, David Bowie, ZZTop	Prairie Oyster, Cowboy Junkies
Capitol-EMI, Virgin	Paul McCartney, Heart, Janet Jackson	Tom Cochrane, Rankin Family, Rita McNeil
Sony	Naughty by Nature, Spin Doctors, Soul Asylum	Céline Dion, 54-40, Leonard Cohen

Un certain nombre d'artistes canadiens bien connus ont conclu un contrat avec une grande société d'enregistrement, mais ils ont alors fait affaire avec la filiale américaine, et non canadienne. Signalons notamment Bryan Adams, Neil Young, k.d. lang, Tragically Hip et le groupe BareNaked Ladies.

C'est Warner qui, estime-t-on généralement, s'est emparée de la plus grande part du marché canadien, suivie de Sony, EMI, Polygram, BMG et MCA. Dans les autres pays également, ce sont les grandes sociétés d'enregistrement qui se taillent la part du lion. Selon Eurostaf, le marché mondial était réparti comme suit en 1992 : EMI, 21 p. 100, Sony, 20 p. 100, Polygram, 18 p. 100, Warner, 16 p. 100, BMG, 14 p. 100 et les autres, 13 p. 100. (MCA, distribuée en Europe, ne figure pas dans la répartition estimative du marché mondial selon Eurostaf.)

Parmi les producteurs de disques indépendants, on compte quelque 180 petites sociétés canadiennes qui favorisent généralement le développement de nouveaux artistes canadiens et distribuent leurs produits sur le marché par l'entremise des grandes sociétés. Les deux sociétés de langue anglaise les plus importantes sont Anthem et Attic. Les producteurs de disques francophones du Québec, dont nous discuterons au chapitre 11, sont structurés de façon très différente. Ils n'ont presque rien à voir avec les grandes sociétés, utilisent leurs propres services de distribution ou des maisons de distribution québécoises et ils sont étroitement liés aux artistes. Distribution Sélect assure par exemple la distribution des enregistrements de Roch Voisine et de Marie Carmen.

On estime à quelque 80 millions de dollars (soit l'équivalent de 135 millions de dollars au détail) le chiffre de ventes total des sociétés indépendantes. Ces dernières sont pour la plupart très petites et réalisent un chiffre d'affaires moyen d'environ 500 000 \$. Quelques-unes ont un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions de dollars, tandis que de 20 à 30 petits producteurs de disques réalisent un chiffre de ventes de 1 à 3 millions de dollars.

Une foule de raisons expliquent pourquoi la plupart des sociétés indépendantes sont si petites.

Premièrement, elle doivent faire face à la concurrence farouche des grandes sociétés, qui vendent principalement des produits déjà payés et testés dans un autre marché et qui bénéficient probablement d'une publicité gratuite de la part des médias étrangers.

Deuxièmement, il est difficile de prévoir si un enregistrement plaira au marché, et les grandes sociétés multinationales peuvent se permettre d'investir dans de nombreux projets pour améliorer leurs chances de succès.

Troisièmement, il est difficile de trouver des capitaux pour les projets d'enregistrement sonore parce que ceux-ci sont très risqués. En effet, les investisseurs traditionnels estiment que la propriété intellectuelle constitue une valeur beaucoup moins sûre que les biens tangibles; de plus, les milieux financiers traditionnels comprennent mal l'industrie et sa complexité. La plupart des propriétaires de sociétés d'enregistrement sonore ont donc dû puiser dans leurs ressources personnelles ou dans les bénéfices non répartis. Dans certains cas, par exemple chez Anthem, le producteur de disques exerce aussi la fonction de gérant d'artistes et obtient une part des recettes des artistes, ce qui contribue aux fonds de roulement. Dans quelques cas, par exemple chez Attic, les bénéfices que procure la vente de produits autorisés étrangers constituent une autre source de fonds de roulement. Certaines des grandes sociétés d'enregistrement indépendantes de langue anglaise qui ont acquis une certaine réputation ont pu obtenir des fonds de roulement en demandant à leurs distributeurs multinationaux des avances sur les ventes futures. Un petit nombre de maisons québécoises ont réussi à réunir de petits capitaux (jusqu'à 500 000 \$) au moyen de placements privés. Des «prêts de faveur» consentis

par FACTOR et MUSICACTION ont aussi permis de réunir des fonds de roulement modestes (jusqu'à 200 000 \$).

Quatrièmement, la protection insuffisante qu'accordent les droits d'auteur et l'absence de services de distribution internes, sauf au Québec, contribuent à maintenir les recettes des producteurs indépendants en deçà de leur potentiel.

Enfin, l'industrie de l'enregistrement sonore n'a jamais bénéficié d'un soutien financier public semblable à celui des industries du cinéma et du livre.

Les progrès technologiques offrent une lueur d'espoir aux sociétés indépendantes. Il est désormais rentable de graver de très petites quantités de disques (500), et, à condition d'utiliser efficacement le temps de studio et d'avoir un réalisateur disposé à être rémunéré au prorata des ventes, on peut produire un enregistrement acceptable pour 15 000 \$ ou 20 000 \$. Un judicieux programme de marketing et de tournées locales peut, à faible coût, développer un marché pour un nouvel artiste. D'ailleurs, de plus en plus d'artistes exercent eux-mêmes la fonction du producteur de disques et vendent leurs enregistrements directement au public sur les lieux de leurs prestations. À long terme, il se peut que l'évolution des méthodes de distribution électronique rompe l'emprise que les grands producteurs de disques exercent sur les activités de distribution et permettent un accès beaucoup plus libre et moins cher au marché. (Il se pourrait, par contre, que les nouveaux systèmes entraînent tout simplement une nouvelle forme de monopole, qui compliquerait encore davantage l'accès au marché.)

Comme nous le verrons au chapitre 11, les maisons de disques indépendantes se sont développées beaucoup plus rapidement au Québec que dans le reste du Canada et elles y détiennent une part beaucoup plus considérable du marché. En 1993, elles ont vendu entre cinq et six millions de CD et de cassettes. Cela est dû en partie au fait que, d'après les grands producteurs de disques, il ne vaut pas la peine de cibler un marché comparativement petit. De plus, le siège social de toutes les filiales des multinationales est situé à Toronto, de sorte que ces dernières sont moins sensibles à l'évolution subtile du marché québécois. Les maisons indépendantes du Québec ont été avantagées par un

système de distribution intégré et une population qui appuie ses artistes. Le financement assuré par MUSICACTION et le soutien financier aux spectacles accordé par le gouvernement du Québec ont aussi aidé les maisons indépendantes, tout comme l'ont fait les quotas en matière de contenu canadien et de français à la radio. Néanmoins, l'industrie québécoise est toujours composée surtout de très petites entreprises, dont les ressources financières sont restreintes et qui auraient de la difficulté à survivre à toute baisse appréciable des ventes ou du soutien financier du gouvernement.

Dans le reste du Canada, les maisons indépendantes sont relativement stagnantes. Elles n'ont tout simplement pas assez de capitaux pour concurrencer les grandes sociétés qui attirent les artistes prometteurs.

L'industrie de l'enregistrement sonore est une des industries canadiennes dont les recettes sont les plus contrôlées par les étrangers. Comme le révèle le tableau 1, 83 p. 100 des recettes totales de l'industrie pour 1991 ont été réalisées par des sociétés sous contrôle étranger. Ce pourcentage est sensiblement plus élevé que celui enregistré par les secteurs de la distribution du film et de l'édition du livre, largement contrôlés par l'étranger eux aussi, comme on le sait. La source de cette information ne renfermait pas de données correspondantes pour l'industrie du cinéma. Signalons qu'en raison des écarts quant au taux de réponse aux enquêtes qui ont servi à recueillir certaines de ces données, on peut mettre en doute l'exactitude des tendances chronologiques, mais l'ordre de grandeur général est indéniable.

Tableau 1 : Contrôle étranger de certaines industries culturelles
(Pourcentage des recettes totales de l'industrie, 1987-1991)

	1987	1988	1989	1990	1991
Production de disques	88	82	84	85	83
Distribution de films	60	61	56	58	50
Édition de livres	44	42	42	41	41
Édition de périodiques	6	6	5	5	5
Radiodiffusion	0	0	0	0	0

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels pour les industries culturelles, Statistique Canada, janvier 1993.

Le degré élevé de contrôle étranger influe sur de nombreux aspects de l'industrie, y compris sur les tendances qui gouvernent les lancements de disques. Nous y reviendrons.

Le tableau 19 de l'annexe renferme une série de ratios entre les producteurs de disques étrangers et les producteurs canadiens. Ces ratios permettent de comparer les chiffres totaux pour les secteurs canadien et étranger. Autrement dit, au cours de l'année visée par l'enquête, les maisons étrangères ont réalisé, dans le domaine de l'enregistrement sonore, des recettes de 564 millions de dollars, par rapport à 119 millions pour les maisons canadiennes, ce qui donne un ratio d'environ 5 à 1.

Les producteurs de disques étrangers réalisent donc des recettes cinq fois supérieures à celles des sociétés canadiennes, mais leurs coûts d'entreposage sont 54 fois plus élevés. Cela donne une idée de l'imposante fonction de distribution et de manutention qu'assument les grands producteurs de disques. Le ratio obtenu pour les dépenses administratives est faible, soit de 1,4 à 1, ce qui peut être attribuable à des différences structurelles et à des économies d'échelle.

Les producteurs de disques étrangers réalisent 18 fois plus de profits (avant impôt) que les producteurs sous contrôle canadien et ont 10 fois plus d'éléments d'actif à long terme. Ces

producteurs ont en outre un surplus d'apport et de bénéfices non répartis 16 fois supérieur à celui des producteurs sous contrôle canadien, ce qui met en évidence leur vigueur financière.

Ce dernier chiffre est probablement l'indicateur le plus éloquent de la faiblesse financière et du manque d'influence du secteur canadien. Les sociétés indépendantes n'ont pas les ressources financières nécessaires pour se livrer à des activités d'envergure en ce qui concerne le marketing, la mise en valeur des artistes et du répertoire, la formation des cadres, la planification à long terme et d'autres activités essentielles.

L'association entre quatre grandes sociétés d'enregistrement (Warner, EMI, Polygram et Sony) et la Ticketmaster de Los Angeles, récemment annoncée, pour créer un canal télévisuel de vidéoclips est un bon exemple de l'utilisation de ce pouvoir financier. Le canal, qui diffusera des annonces publicitaires, veut concurrencer MTV et VH-1. Il diffusera des vidéoclips produits par les sociétés d'enregistrement et il se peut même qu'il serve à vendre des produits. L'expérience de Ticketmaster dans le domaine des commandes téléphoniques se révélera utile si l'on décide effectivement d'offrir ce service de vente. La capacité financière de se lancer dans une telle entreprise améliore les perspectives de vente à long terme des sociétés.

Il faudra aussi avoir les poches bien garnies pour faire face aux autres transformations que connaît l'industrie. L'évolution de l'autoroute électronique et l'éventuelle tendance à éliminer le plastique (c.-à-d. des enregistrements sans support matériel) exigent une réaction de l'industrie (et les ressources financières correspondantes).

4.2.5 Réalisateurs

Le terme «réalisateurs» désigne les personnes ou les petites organisations qui favorisent ou coordonnent la réalisation d'une bande de démonstration ou d'une bande maîtresse. Les réalisateurs ont souvent des compétences dans le domaine des arts ou de l'ingénierie du son. Les avances sur les droits futurs constituent généralement leur mode de rémunération. Un réalisateur utilise environ la

moitié de la part qui lui revient à ses propres fins et consacre l'autre moitié aux frais généraux. Certains réalisateurs canadiens jouissent d'une renommée internationale et attirent au Canada des artistes de tous les coins du monde. Ils peuvent être associés à une autre composante de l'industrie, c'est-à-dire les studios, à titre d'employés ou de propriétaires, ou encore travailler comme indépendants.

4.2.6 Studios

C'est dans le studio que se trouve le matériel nécessaire à l'enregistrement de la musique. Beaucoup de studios servent à des activités autres que l'enregistrement sonore, comme la réalisation de vidéos, d'émissions de télévision, de longs métrages ou d'annonces publicitaires. Il existe quelques grands studios de calibre mondial, mais la plupart sont petits et un grand nombre ne fonctionnent qu'à temps partiel. Comme nous l'avons déjà signalé, si l'on se fie aux répertoires de l'industrie, il existerait de 160 à 170 studios au Canada (voir le tableau 23 de l'Annexe). Ce nombre inclut toutefois un grand nombre de studios semi-professionnels.

On dénombre au Québec environ 25 studios en exploitation, dont les installations peuvent être louées. Une dizaine d'entre eux, dont huit se trouvent à Montréal, sont modernes, bien équipés et actifs. Les 15 autres, de taille moyenne, servent aussi activement à l'enregistrement. Il y aurait aussi au Québec une centaine d'autres studios, souvent aménagés dans des sous-sols et destinés à l'usage exclusif d'un artiste.

4.2.7 Fabricants

La fabrication est le procédé qui aboutit à la production d'un disque compact ou d'une cassette à partir d'une bande maîtresse. Le fabricant peut aussi créer les matrices de l'étiquette et les feuillets pour les boîtiers de CD, ou encore confier ces tâches à des maisons d'impression.

Le support même de l'enregistrement a lui aussi subi des transformations au fil des ans : les cylindres de cire ont été remplacés par des microsillons, qui ont cédé la place aux cassettes et aux disques compacts. Un grand nombre de technologies nouvelles ont été lancées ou sont en voie de création, dont certaines permettront de réaliser à domicile des copies d'une qualité presque égale à celle des enregistrements professionnels. Les graphistes contribuent également au processus de production. Il y a aussi un certain nombre de sociétés qui s'occupent d'emballage et d'impression pour les enregistrements sonores (soit plus précisément pour les coffrets et pochettes). Vu la simplification du procédé de production des CD et le fait qu'il exige moins de capitaux qu'auparavant, on constate parfois une surcapacité considérable¹ et le prix des CD vierges a chuté. La production de CD-ROM se développe rapidement et est maintenant plus rentable que celle des CD.

Le secteur de la fabrication comprend deux entreprises canadiennes dominantes et une foule de petites sociétés qui s'occupent de la fabrication et de la gravure de CD, de cassettes et d'autres supports sonores. Certaines grandes sociétés d'enregistrement s'occupent aussi de fabrication ou ont une société mère qui le fait. Les deux principaux fabricants de CD au Canada sont Cinram et Disque Améric (DA). Sony a ouvert une usine à la fin de 1994.

Cinram est une société dont les valeurs sont cotées aux bourses de Toronto et de Montréal. Créée en 1970 pour fabriquer des bandes à huit pistes, l'entreprise est devenue un des plus grands fabricants de CD au Canada. À son installation de Toronto, environ 500 personnes participent à la production de CD, de cassettes vidéo et audio, ainsi que de CD-ROM. Dans une usine de l'Indiana achetée en 1990, 225 personnes travaillent à la production de la même gamme de produits ainsi que de cassettes compactes numériques. Une usine du Massachusetts construit des systèmes de fabrication de CD et en a fourni aux deux autres usines, ainsi qu'à des usines d'Europe, d'Australie et des États-Unis. Les principaux résultats financiers de Cinram à la fin de 1992 étaient les suivants :

¹ Signalons que la surcapacité n'est pas un phénomène propre au Canada. Selon Eurostat, en 1989, la France avait une capacité de réalisation de 53 millions d'unités d'enregistrement sonore mais n'en a consommé que 26 millions; le Royaume-Uni avait une capacité de 65 millions et une consommation de 29 millions, tandis que les chiffres correspondants, en millions, pour l'Allemagne, les États-Unis et l'Australie étaient respectivement de 202 et 39, 300 et 150, 10 et 6.

Tableau 2 : Principaux résultats financiers de Cinram en 1993

En millions de \$	
Ventes - Canada	57
Ventes - É.-U.	30
Bénéfices nets	10
Bénéfices non répartis	34
Recherche-développement	3

Cinram s'est donné pour objectif premier au Canada d'obtenir les commandes des grands producteurs de disques. Elle exécute les travaux de fabrication de Warner, de Polygram, de BMG et de MCA. Les marchés d'exportation occupent aussi une place importante dans l'avenir de Cinram. Signalons par exemple que cette société a effectué récemment sa première vente de technologie de fabrication de CD à la Chine et qu'elle envisage également des possibilités de coentreprise au Mexique.

L'autre grand fabricant, Disque Améric (DA), emploie actuellement 555 personnes, produit 48 millions d'unités et génère des ventes annuelles de 63 millions de dollars. DA fabrique des produits pour la plupart des sociétés indépendantes du Québec, un grand nombre des sociétés indépendantes implantées ailleurs au Canada, Capitol EMI et le marché d'exportation. On estime que 50 p. 100 des unités produites par DA en 1993 étaient destinées à une clientèle canadienne, 38 p. 100 à une clientèle américaine et 12 p. 100 à des clients mexicains et sud-américains. DA a renforcé sa stratégie consistant à cibler les producteurs de disques indépendants après avoir perdu Polygram comme client en 1991.

Tableau 3 : Tendances de Disque Améric (1987 à 1993)

	Effectif	Ventes (en millions \$)	Unités CD-ROM (en millions)	(pourcentage)
1987	125	4	2	0
1988	132	9	5	0
1989	210	16	10	0
1990	225	21	14	0
1991	279	31	21	2
1992	445	55	36	3
1993	555	63	48	9
1995 (prévisions)	S.O.	S.O.	56	13

D'après nos sources, le secteur canadien de la fabrication supporte la concurrence du secteur américain. Les coûts de production, la qualité du service et les compétences de l'effectif de vente sont tous considérés comme avantageux. DA, par exemple, compte des équipes de vente à Nashville, à New York, à Miami et en Californie qui, tout comme l'équipe de Drummondville, parlent couramment le français, l'anglais et l'espagnol. De plus, les deux entreprises travaillent activement dans les nouveaux domaines technologiques comme celui du CD-ROM. Comme le révèle le tableau ci-dessus, DA s'attend à ce que les CD-ROM représentent 13 p. 100 de ses ventes d'unités en 1995.

Dans le domaine de la production de cassettes, on dénombre quelques fabricants importants et un certain nombre de petites entreprises. Au Québec, par exemple, il y a deux usines principales de fabrication de cassettes, une axée sur la technologie de pointe et les produits de qualité, et une autre qui poursuit une stratégie de produits à prix moindre et nécessitant une technologie moins avancée. Elles peuvent toutes les deux produire plus de 50 000 cassettes par jour. Plusieurs petites usines, dont la capacité de production quotidienne est inférieure à mille unités, ciblent des marchés différents.

La Canada semble importer une quantité considérable de cassettes. Souvent, le boîtier en plastique, la cassette et le ruban sont achetés à l'étranger. Ce matériel représente environ la moitié du coût unitaire des cassettes enregistrées qui se situe entre 0,70 \$ et 0,80 \$.

Comme on peut le voir au tableau 4A des annexes, 34 millions de cassettes et 43 millions de CD auraient été vendus au Canada en 1993. Cette répartition varie sans doute sensiblement selon la catégorie de musique. On estime par exemple que le partage est d'environ 80 : 20 en faveur des cassettes pour la musique country et western, de 50 : 50 pour la musique rock et populaire et de 90 : 10 en faveur des CD pour la musique classique.

Selon une publication de Statistique Canada (n° au catalogue 47-250), 2 000 personnes travaillaient en 1990 dans le secteur de la fabrication d'enregistrements sonores. Cette publication révèle également qu'il y avait en tout, au Canada, 52 établissements de fabrication. La plupart sont de petites usines de fabrication de cassettes. D'après nos discussions, le secteur canadien de la fabrication aurait enregistré en 1993 des ventes de l'ordre de 125 millions de dollars, dont quelque 40 millions au Québec.

4.2.8 Distributeurs

Les distributeurs sont les organisations qui s'occupent de distribuer aux détaillants les produits des producteurs de disques. Il peut s'agir d'indépendants ou de distributeurs affiliés à des producteurs de disques ou à des détaillants. En général, les distributeurs de grandes sociétés d'enregistrement distribuent aussi des produits au nom des producteurs de disques indépendants (sauf au Québec), qui n'ont pas les ressources nécessaires pour atteindre les marchés nationaux.

Au Québec, les distributeurs, les producteurs de disques, les artistes et les détaillants travaillent en étroite collaboration. Le distributeur principal au Québec, Distribution Sélect, distribue environ 65 p. 100 des produits des maisons de disques québécoises. Il possède aussi certains magasins. L'autre grand distributeur est Musicor. Trans-Canada est quant à lui un important grossiste-étalagiste, qui compte ses propres magasins de détail en plus de desservir d'autres magasins. Il détient environ 35 p. 100 du marché. Il distribue les produits des grandes maisons de disques, ainsi que ceux des maisons québécoises.

4.2.9 Détaillants

Les détaillants englobent les sociétés formant le dernier maillon de la chaîne de distribution, soit celui de la distribution aux consommateurs. Les principaux détaillants sont Sam the Record Man et HMV (sous contrôle de la société mère britannique d'EMI), qui se sont emparés chacun d'environ 20 à 25 p. 100 du marché. Parmi les autres détaillants importants, signalons A&B, Archambault, Records on Wheels et Musicworld, ainsi que les grands magasins et magasins à succursales comme Zellers, La Baie, Eaton, KMart et Sears. (Au Québec, plusieurs petites chaînes de 10 à 40 magasins jouent un rôle important.) Les chaînes sont desservies par des grossistes-étalagistes, comme Saturn et Handleman, qui choisissent les stocks et les remplacent au fur et à mesure des ventes. Il est possible que l'entrée au Canada de nouveaux détaillants américains qui pratiquent des politiques de prix très compétitifs, comme Wal-Mart, transforme le secteur de la vente au détail.

Les détaillants ont une marge de 30 à 40 p. 100 et visent ordinairement des bénéfices représentant 4 à 5 p. 100 des recettes. Ces dernières années, de nombreux petits détaillants n'ont pas atteint cet objectif, ce qui a entraîné un certain nombre de fermetures et quelques faillites. Comme nous l'avons signalé ailleurs dans ce document, le prix des disques, au Canada, témoigne de la proximité du marché américain et est un des plus bas au monde (voir le tableau 20). Au Canada, les détaillants ne jouissent pas des mêmes marges qu'en Europe. Les nouvelles formes de distribution électronique représentent une menace à long terme pour le secteur de la vente au détail dans sa structure actuelle, mais rares sont ceux qui envisagent la disparition complète du détaillant dans un avenir prévisible. On a aussi fait quelques essais de réduction des stocks; ainsi, on a utilisé au point de vente des bases de données renfermant des catalogues de musique et produit en magasin des enregistrements sonores. Signalons une réalisation parallèle dans le domaine de la musique en feuilles; dans certains magasins, on imprime actuellement la musique à partir d'un catalogue informatisé. Cela donne également au consommateur l'avantage supplémentaire de choisir la tonalité qu'il désire.

La vente directe, dominée par Columbia House (dont les copropriétaires sont Warner et Sony), constitue une forme spécialisée de vente au détail. La maison Columbia est en fait un producteur de

disques qui vend directement au public. Elle vend surtout des albums à succès pour lesquels elle a négocié des paiements inférieurs à la moyenne pour l'utilisation des bandes maîtresses. Elle jouit également de privilèges spéciaux, c'est-à-dire des droits de reproduction mécanique inférieurs à la normale. Les autres entreprises de vente directe incluent Readers Digest et Québec-Loisirs. Cette méthode de distribution connaît une croissance très rapide dans le contexte actuel de ralentissement économique. En période de récession, les produits à bas prix accroissent généralement leur part du marché. Il est rare que des entreprises de vente directe lancent de nouveaux artistes. Elles préfèrent se concentrer sur des produits éprouvés.

4.2.10 Promoteurs de spectacles (diffuseurs)

Les promoteurs de spectacles sont les petites et grandes sociétés qui s'occupent d'organiser et de faire connaître les spectacles de grande ou de petite envergure présentés au Canada. Au Québec, des organisations municipales et autres organisations sans but lucratif exercent souvent cette fonction.

La promotion de concerts peut prendre deux formes très différentes. La première, et la plus répandue au Canada, consiste en une fonction de distribution descendante. Dans les grandes villes, les principaux promoteurs sont essentiellement des importateurs de spectacles de calibre international. Il arrive aussi que des artistes canadiens soient présentés en première partie d'une tournée canadienne, généralement aux termes de dispositions conclues entre le gérant d'artistes ou l'organisateur de la tournée du spectacle principal et le promoteur local ou la société chargée de la partie canadienne de la tournée.

La deuxième forme de promotion est la tournée canadienne des petites salles que font des artistes canadiens pour lancer leur carrière. Plusieurs groupes réussissent à s'imposer comme des vedettes locales et à se présenter dans les grandes salles. Parmi les exemples récents, signalons les groupes Barenaked Ladies et Vilain Pingouin. L'étape suivante peut être la réussite sur le marché anglophone ou le marché francophone international. Bryan Adams et Céline Dion, sur le marché anglophone, et

Roch Voisine, sur le marché francophone international et sur le marché anglophone canadien, sont des exemples récents de ce type de réussite.

Comme les marchés francophones internationaux offrent un potentiel réduit, la plupart des artistes québécois se sont taillé, au cours des 25 dernières années, une carrière locale. Plusieurs ont connu un succès dans le réseau des petites salles (800 à 3 000 places) et ont à l'occasion donné des spectacles dans de grandes salles.

L'industrie canadienne de la promotion de spectacles est dominée par quelques sociétés. Donald K. Donald (DKD) domine la scène montréalaise et organise généralement tous les concerts au Forum de Montréal. Concert Productions International (CPI) domine la scène torontoise et organise habituellement les spectacles qui ont lieu au Maple Leaf Gardens, au Skydome et dans d'autres salles. DKD entretient une étroite relation avec Molson tandis que CPI appartient au groupe Ballard, Cole, Labatt (BCL Group). Au Canada, la promotion des grands spectacles se ramène donc à un affrontement Molson-Labatt dans lequel Molson domine la scène montréalaise et Labatt, la scène torontoise. Les deux brasseries s'intéressent à la promotion de spectacles pour des raisons évidentes : les spectacles visent en gros le même groupe démographique et sont une excellente occasion de promotion et de publicité.

Perryscope est un autre intervenant important, à Vancouver, et s'occupe de la plupart des grands spectacles donnés en Colombie-Britannique. CPI, DKD et Perryscope forment un conglomérat qui cherche à attirer et qui organise des spectacles et des tournées. Il existe un certain degré de propriété réciproque entre les trois entreprises. MCA Concerts est une autre entreprise importante qui entretient une étroite relation avec Molson.

D'autres entreprises comme Bass Clef, à Ottawa, 10th Avenue, à St. John's, Don Jones, à London, Fogel/Sabourin Productions, à Montréal, et Nite Out, à Winnipeg, occupent une place de premier plan à l'échelon local, bien que les grands spectacles qui ont lieu dans les petites villes soient

généralement organisés de pair avec un des principaux promoteurs, dans le cadre d'une plus grande tournée.

Il n'y a pas de formule particulière qui s'applique à la promotion de spectacles, bien qu'on tende à procéder de l'une ou l'autre des deux façons suivantes.

- Premièrement, un promoteur peut avoir obtenu les droits en vue de monter plusieurs spectacles dans une salle donnée. Les organisateurs d'expositions estivales, par exemple, peuvent accorder des droits pluriannuels à un promoteur, dont la tâche consiste ensuite à organiser les spectacles, à en fixer les dates et à attirer les foules. On peut dire qu'il s'agit, dans ce cas, d'un spectacle tributaire d'un endroit en particulier.
- Deuxièmement, les promoteurs de spectacles sont «constamment» en conversation téléphonique avec les agents et les autres membres de l'équipe de l'artiste. Ils peuvent ainsi organiser des tournées pancanadiennes et attribuer un artiste donné et une date précise à un promoteur local. Il s'agit alors de trouver un endroit convenable pour le spectacle. Le choix de l'endroit peut être fonction de la capacité, de la disponibilité, de la flexibilité quant aux tarifs, des exigences syndicales et d'autres critères. On peut alors dire qu'il s'agit d'un spectacle qui dépend d'un gérant d'artistes ou d'une relation avec un agent.

Ces dernières années, la promotion de concerts est devenue un processus raffiné, étant donné que la récession et la difficulté de réaliser une «vente» ont imposé des contraintes financières. Les tournées sont organisées de façon à réduire le plus possible les frais de déplacement. Selon un promoteur de spectacles, les producteurs de disques investissaient auparavant des sommes considérables dans les tournées, mais ils ont réduit cette activité ces dernières années.

Les promoteurs de grands spectacles font face à la concurrence étrangère dans leur tentative d'attirer des spectacles au Canada. Les interprètes américains reconnus doivent payer un impôt de 15 p. 100 (qui peut être perçu un an plus tard) et peuvent donc hésiter à donner un spectacle au Canada. Si les

recettes brutes d'un spectacle sont de 700 000 \$, les gouvernements fédéral et provincial prélèveront immédiatement environ 120 000 \$, au titre de la TPS de 7 p. 100 et de la taxe d'amusement provinciale de 10 p. 100. Ces mesures fiscales nuisent à la compétitivité des promoteurs canadiens de spectacles. De plus, dans la plupart des États américains, des tournées peuvent être organisées à longueur d'année tandis qu'au Canada, les tournées tendent à se faire au printemps, à l'été ou à l'automne. En outre, les tournées canadiennes sont généralement plus coûteuses, en raison des frais de déplacement plus élevés et des distances considérables entre les villes. On estime également que le Canada manque de petites installations de qualité : «...à des endroits comme London et Kingston, nous devons toujours nous produire dans un centre sportif». Aux États-Unis, par contre, on trouve partout une abondance de salles de spectacle et d'installations de qualité.

En général, les jeunes des années 1990 ne semblent pas fréquenter les spectacles autant que leurs aînés. L'arrivée des jeux vidéo à domicile comme Nintendo et Sega a réduit l'assistance aux spectacles, ce qui, selon certains promoteurs, représente une «tendance inquiétante». De plus, certains croient que les vidéoclips et la télévision ont «écourté la durée d'attention» des adeptes de la musique, de sorte qu'il est plus difficile de fidéliser un auditoire de spectacle.

Les spectacles qui rapportent le plus au Canada sont généralement ceux qui ont lieu dans les grands stades de football et de hockey comme le Skydome, le Maple Leaf Gardens, l'Exhibition Place, le Stade olympique, le Forum de Montréal et BC Place. Des enceintes de dimensions plus restreintes, comme le O'Keefe Centre, à Toronto, le Centre des congrès, à Ottawa, le Copps Coliseum, l'Alumni Hall, à London, et le Spectrum et le Palais des Congrès, à Montréal, sont aussi le lieu de certains spectacles qui génèrent des recettes brutes considérables. Le CNE Stadium, à Toronto, sera vraisemblablement remplacé par un nouveau stade à vocation musicale, peut-être avec la participation de CPI. De plus, MCA Concerts a entrepris la construction, à Place Ontario, d'un amphithéâtre de 15 000 places qui permettra d'attirer de grands spectacles.

Les spectacles à l'extérieur, à des endroits comme le Kingswood Music Theatre de Wonderland, ont joué un rôle plus important ces dernières années. En 1992, par exemple, Bryan Adams a présenté le

spectacle principal d'une série de grands spectacles extérieurs organisés dans le cadre d'un «festival» (Barrie, Nouveau-Brunswick, Osoyoos, Winnipeg, Saskatchewan), dont les recettes brutes ont atteint, dans chaque cas, entre 600 000 \$ et 1,2 million de dollars. En 1993, la tournée «Another Roadside Attraction», mettant en vedette des groupes et artistes canadiens comme Tragically Hip et Daniel Lanois, ont généré des recettes du même ordre à l'échelle du pays. Signalons également le rôle crucial que jouent une demi-douzaine de festivals importants, dont le Festival international de jazz de Montréal qui, en 1993, a produit des recettes brutes de 1,6 million de dollars en vente de billets et attiré quelque 1,4 million de personnes.

Les spectacles extérieurs intéressent les promoteurs parce qu'ils offrent un plus grand potentiel publicitaire et une plus grande latitude que la plupart des spectacles présentés à l'intérieur. Comme l'a fait observer un promoteur : «Panasonic, Sony, Labatts ou Bell peuvent investir une somme considérable pour faire placer une affiche à côté d'une estrade extérieure ou pour obtenir les droits de commandite d'un spectacle». Le stationnement et les concessions peuvent aussi grossir les recettes du promoteur. Aux États-Unis, l'artiste qui se produit à un spectacle extérieur touche ordinairement 95 p. 100 des recettes réalisées au guichet, tandis que le promoteur conserve le reste.

4.2.11 Autres

Il y a aussi toute une gamme d'autres organisations qui, directement ou indirectement, participent à l'industrie. Elles incluent les sociétés, les associations et les radiodiffuseurs.

Les sociétés comprennent les organisations (ACDRM, SOCAN, SODRAC) qui perçoivent les droits auprès des producteurs de disques et des utilisateurs de la musique (comme les stations de radio, les cinémas, les stations de télévision, les concerts) et qui les distribuent aux propriétaires des droits.

Les associations de l'industrie, comme l'ADISQ, l'AICE et la CIRPA, offrent aux membres de l'industrie de l'information, des cours de formation et des colloques, en plus de les représenter lorsqu'une intervention collective s'impose.

Les radiodiffuseurs et les canaux de télédistribution qui diffusent des enregistrements musicaux et des vidéoclips sont d'importants utilisateurs des enregistrements, puisque ceux-ci constituent pour eux du contenu à bon marché. Ils versent des droits d'exécution aux auteurs et aux éditeurs.

Les organisations qui font valoir et défendent les intérêts de leurs membres et ceux de l'industrie de l'enregistrement sonore en général comprennent l'Union des artistes, la Guilde des Musiciens du Québec, la Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec, la Fédération américaine des musiciens et la *Songwriters Association of Canada*

L'industrie comprend aussi, outre ces intervenants principaux, une vaste gamme d'organisations de tous genres. Il se fait entre ces diverses composantes un échange complexe de sommes d'argent. Nous nous proposons justement d'explorer en détail ces interactions dans le présent rapport.

A graphic illustration featuring a series of musical notes of various sizes and styles, including eighth and sixteenth notes, some with stems and flags. The notes are arranged in a curved path from the upper left towards the center. Below the notes is a large, faint outline of a compact disc (CD) with concentric circles representing the disc's surface. Two horizontal lines, one above and one below the CD outline, extend across the width of the page.

**Recettes provenant des
activités canadiennes**

5.0 RECETTES PROVENANT DES ACTIVITÉS CANADIENNES

Dans ce chapitre, nous examinons et quantifions les principales sources de recettes canadiennes de l'industrie de l'enregistrement sonore. Nous discuterons des recettes provenant de ventes à l'étranger au chapitre 8.

Lorsque nous discutons de recettes, nous mettons l'accent sur la source de celles-ci et non pas sur l'intermédiaire. Ainsi, le public qui achète des enregistrements sonores à des magasins de vente au détail constitue la principale source des recettes de l'industrie. Il y a plusieurs intermédiaires qui contribuent à rémunérer toutes les personnes qui participent à la production d'un disque. Il va sans dire que le producteur de disques joue à cet égard un rôle fondamental. Il est ordinairement l'unique source de rémunération du fabricant, de l'emballleur, du graphiste et de l'artiste ainsi que d'autres intervenants éventuels.

5.1. VENTES DE CD ET DE CASSETTES

Les ventes de CD et de cassettes, d'un montant estimatif de quelque 925 millions de dollars au détail, ont produit, en 1993, 78 p. 100 des recettes canadiennes totales de l'industrie de l'enregistrement sonore, comme le révèle le tableau 1 de l'annexe. Cette année-là, 43 millions de CD et 34 millions de cassettes auraient été vendus. Il est très difficile d'estimer avec précision le nombre de produits vendus étant donné que celui-ci dépend, entre autres facteurs, du nombre d'inventaires et du volume de Columbia House. Le nombre total de 77 millions d'unités constitue à notre avis, s'il y a erreur, une légère surestimation du marché réel.

Les ventes au détail sont effectuées par divers circuits. Ce sont les magasins à succursales spécialisés comme Sam, HMV et Archambault qui enregistrent les volumes de ventes les plus considérables. À l'exception de HMV, qui appartient à une société britannique, les magasins spécialisés sont principalement de propriété canadienne. Divers autres commerces de détail, y compris les grands

magasins, forment le deuxième grand circuit de distribution. La plupart de ces commerces appartiennent également à des Canadiens, mais l'arrivée au Canada de magasins comme Wal-Mart pourrait provoquer un revirement rapide de situation. Ensemble, ces deux circuits ont généré des ventes d'enregistrements sonores de l'ordre de 750 millions de dollars. Le circuit de distribution le plus petit mais dont la croissance est la plus rapide est celui des ventes directes (clubs de disques), dont la valeur, en 1993, était estimée à 165 millions de dollars. Cette entreprise est dominée par Columbia House, une multinationale qui appartient à Warner et Sony.

Nous avons utilisé plusieurs sources d'information pour estimer les ventes au détail. Premièrement, les rapports publiés sur les ventes de divers commerces de détail semblent indiquer un marché d'environ 750 millions de dollars, chiffre qui a été confirmé au cours de nos discussions avec les membres de l'industrie. Il faut aussi ajouter à ce chiffre le montant estimatif des ventes directes. Aux États-Unis, où Columbia House et BMG dominent le marché des ventes directes, celles-ci représentent une part d'environ 15 p. 100. Le tableau ci-dessous reproduit les données de Statistique Canada sur les ventes directes réalisées au Canada, y compris les ventes d'audiocassettes et de disques.

Tableau 4 : Ventes directes au Canada (en millions de \$, 1987-1991) - Certains produits

	1987	1988	1989	1990	1991	Croissance sur 5 ans
Rubans audio, disques et matériel	61	84	107	122	132	116
Tous les produits	2,757	2,955	3,096	3,148	2,933	6

Source : La vente directe au Canada, Statistique Canada (SC) 63-218, 1991.

Comme l'indique cette publication de SC, presque toutes les ventes directes «de rubans audio, de disques et de matériel» se font par la poste, tandis que pour un grand nombre des autres produits énumérés dans cette publication, on utilise les ventes personnelles, la livraison à domicile, les ventes sur les lieux de fabrication, les expositions, des kiosques placés dans des centres commerciaux, des stands à des marchés et d'autres méthodes. Comme il est peu probable qu'on puisse expédier par la poste du matériel volumineux, il est raisonnable de supposer qu'il s'agit surtout de ventes d'audiocassettes et de disques. D'après ces données et nos entretiens avec des représentants de

l'industrie, les ventes directes auraient vraisemblablement atteint environ 165 millions de dollars en 1993.

Si l'on ajoute les ventes directes aux ventes réalisées au moyen des autres circuits de distribution, on constate que le marché du commerce au détail a atteint, en 1993, une valeur d'environ 925 millions de dollars.

Selon nos discussions avec les fabricants, de 40 à 45 millions de CD et de 30 à 35 millions de cassettes auraient été mis sur le marché canadien en 1993. En supposant une part d'invendus, nous estimons que 43 millions de CD et 34 millions de cassettes ont été vendus aux consommateurs en 1993. On trouvera une ventilation estimative de ces chiffres au tableau 4 de l'annexe A.

La tendance, en ce qui concerne la valeur des ventes au détail, est à la hausse, surtout à cause de la pénétration accrue des CD et des lecteurs de CD (tout comme l'arrivée des baladeurs, dans les années 1980, a accru les ventes de cassettes). Il est toutefois difficile de préciser l'envergure de cette croissance. Les données sur les ventes de Statistique Canada, reproduites dans le tableau suivant, regroupent à la fois les valeurs de gros fournies par les producteurs de disques et les valeurs au détail fournies par les entreprises de vente directe; elles révèlent un accroissement des ventes de 75 p. 100 entre 1987-1988 et 1991-1992. Au cours de la même période, le nombre d'unités vendues a crû d'environ 20 p. 100. Toutefois, d'après les données de l'AICE, la croissance a été beaucoup plus modeste : les ventes auraient augmenté d'environ 26 p. 100 entre 1987 et 1991 tandis qu'il y aurait eu en fait baisse du nombre d'unités vendues.

Il y a plusieurs façons possibles d'expliquer l'écart entre les chiffres provenant des deux sources d'information. Les deux principales sont les suivantes : premièrement, les chiffres de Statistique Canada s'appliquent à un exercice financier (avril à mars) et traduisent peut-être donc différents mouvements cycliques ou saisonniers des ventes. Deuxièmement, les données de l'AICE n'englobent pas les ventes directes.

En ce qui concerne les deux dernières années pour lesquelles on dispose de données, Statistique Canada a indiqué des nombres d'unités vendues supérieurs aux nombres estimatifs de l'AICE, surtout

en ce qui concerne les cassettes. L'AICE a estimé qu'en 1991, 26 millions de cassettes avaient été expédiées, tandis que le chiffre correspondant produit par Statistique Canada était de 33 millions. À la demande de l'AICE, Statistique Canada a revu ses données pour 1991-1992 relatives aux sociétés qui présentent des rapports tant à l'organisme fédéral qu'à l'AICE. Incapable de produire les données réelles pour des raisons de confidentialité, l'organisme a néanmoins déclaré que les deux ensembles de données concordaient en général. Ainsi, pour 1991-1992, les écarts étaient principalement attribuables à des différences quant au champ d'observation. Malheureusement, ce facteur n'explique pas la grande similarité des données pour les quatre années précédentes; durant deux de ces années, les chiffres de l'AICE étaient même plus élevés. Cela signifierait que, durant ces années, les entreprises non membres de l'AICE n'ont réalisé aucune vente. C'est pourquoi on ne peut pas se fier autant aux tendances des ventes antérieures à 1991-1992.

**Tableau 5a : Expéditions (en millions d'unités) d'enregistrements sonores
(1985 à 1993)**

Données de l'AICE

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Simple	12	8	6	5	5	5	3	2	1
Disques 33 tours	26	17	14	8	4	0	0	0	0
Disques compacts	0	3	6	9	12	16	21	26	31
Cassettes	41	31	32	34	36	31	26	24	23
Total	79	59	58	56	57	52	50	52	55

Données de Statistique Canada

	85-86	86-87	87-88	88-89	89-90	90-91	91-92	92-93
Simple	n.d.	n.d.	6	4	5	4	2	2
Disques 33 tours	n.d.	n.d.	15	9	4	1	1	0
Disques compacts	n.d.	n.d.	5	8	10	15	27	45
Cassettes	n.d.	n.d.	33	34	33	34	33	39
Total	n.d.	n.d.	53	53	47	50	63	87

Les données les plus récentes de l'AICE pour 1993 révèlent une croissance de 6 p. 100 du nombre d'unités et de 12 p. 100 de la valeur des ventes par rapport à l'année précédente. L'augmentation plus marquée de la valeur traduit l'importance croissante des disques compacts. Nos discussions avec des

membres de l'industrie nous ont appris que, ces dernières années, les entreprises de commandes postales ont enregistré une croissance soutenue. C'est donc dire qu'il y a eu reprise assez rapide des ventes d'enregistrements sonores après la récession, particulièrement en valeur.

**Tableau 5b : Ventes en gros (en millions de \$) d'enregistrements sonores
(1985 à 1993)**

Données de l'AICE

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Tous les disques ²	138	105	85	59	32	10	6	0	0
Disques compacts	0	49	87	114	145	186	252	304	368
Cassettes	162	157	161	194	211	197	164	153	148
Total	300	311	333	367	388	392	421	467	525

Données de Statistique Canada

	85-86	86-87	87-88	88-89	89-90	90-91	91-92	92-93
Simple	14	12	9	9	12	16	5	6
Disques 33 tours	97	85	81	75	29	9	5	2
Disques compacts	9	34	71	106	148	203	322	397
Cassettes	136	146	170	210	266	280	241	237
Total	257	278	330	401	454	509	574	642

Le support même des enregistrements sonores a beaucoup changé depuis 10 ans. Les disques simples (45 tours), qui dominaient jadis le marché et qui représentent encore une part appréciable de certains marchés étrangers, ont presque disparu au Canada. Les CD se sont substitués aux disques noirs et commencent à empiéter sur le marché des cassettes. L'AICE a signalé une baisse de 3 p. 100 des ventes de cassettes en 1993 et une augmentation de 21 p. 100 des ventes de CD. Cette pénétration accrue des CD explique la croissance des ventes en dollars puisque les CD sont plus coûteux que les disques de vinyle. Pour les dernières nouveautés, c'est-à-dire les cassettes compactes numériques (CCN) et les minidisques, on n'a pas encore enregistré de ventes importantes, et les données les plus récentes de l'AICE montrent même que les ventes de ces produits ont en fait baissé.

2 Pour produire ses données sur la valeur des ventes, l'AICE regroupe en une seule catégorie les disques simples et les 33 tours.

Il est difficile de prévoir le degré de pénétration du marché de ces nouveaux supports. Le CD est encore en voie de croissance et, comme le taux de pénétration des lecteurs (41 p. 100 des ménages en 1994) est considérablement plus faible que celui d'autres équipements audiovisuels domestiques tels que les magnétoscopes et les lecteurs de bande, on peut encore le considérer comme une technologie nouvelle. La cassette offre deux avantages : son faible coût et la pénétration généralisée des lecteurs de cassettes portatifs (ainsi que des lecteurs d'auto). Compte tenu de ces réalités, il semblerait que les perspectives de croissance des technologies nouvelles soient, au mieux, incertaines.

Le tableau 5 permet aussi de faire une constatation intéressante quant à la baisse des prix des CD au cours des cinq dernières années. D'après les données de l'AICE, les prix de gros sont tombés de 12,70 \$ en 1988 à 11,70 \$ en 1992, malgré l'inflation enregistrée au cours de cette période. D'après les données de Statistique Canada, les prix ont baissé de 14,20 \$ en 1987-1988 à 11,90 \$ en 1991-1992, encore une fois malgré l'inflation qui a caractérisé cette période. Cette baisse traduit en partie un changement dans la combinaison des produits et dans la stratégie d'établissement des prix, les collections de disques bon marché ayant acquis une plus grande part du marché.

En nous basant sur des ventes au détail de 925 millions de dollars (y compris des ventes directes de 165 millions), nous estimons que la valeur des ventes en gros est de l'ordre de 560 millions de dollars, en supposant une marge bénéficiaire brute moyenne au détail de 35 p. 100 sur les ventes effectuées dans les commerces de détail. La part des multinationales correspondait à environ 480 millions de dollars et celle des producteurs de disques indépendants canadiens, à environ 80 millions de dollars. Environ 12 p. 100 des produits vendus par les multinationales sont canadiens.

Les producteurs de disques québécois réalisent des ventes en gros d'environ 50 millions de dollars, ce qui représente une valeur au détail de 75 millions (voir le tableau 3 de l'annexe). Ailleurs au Canada, et principalement en Ontario, les sociétés indépendantes réalisent des ventes en gros de 40 millions de dollars, ce qui correspond à une valeur au détail d'environ 60 millions de dollars. Environ 10 p. 100 des produits vendus par les sociétés indépendantes sont étrangers.

Si l'on compare la situation au Québec et celle du reste du Canada, on constate que les producteurs de disques indépendants du Québec jouissent d'une présence sur le marché québécois beaucoup plus

importante que celle des maisons indépendantes hors Québec dans les autres provinces. La valeur du marché provincial des ventes au détail est de 225 millions de dollars; les entreprises indépendantes du Québec s'approprient environ 33 p. 100 (ou 75 millions de dollars) de ce marché; la valeur du marché canadien hors Québec représente quant à elle 700 millions de dollars; les entreprises indépendantes du reste du Canada parviennent à conquérir environ 9 p. 100 (ou 60 millions de dollars) de ce marché. Cela présente un contraste intéressant entre le marché de l'enregistrement sonore du Québec et celui du reste du Canada.

5.2 RECETTES ESTIMATIVES DE SPECTACLES

En nous basant sur les discussions que nous avons eues avec des représentants de l'industrie de la promotion des spectacles, nous estimons que les recettes de billetterie annuelles brutes qu'ont produites les spectacles à but lucratif (liés à l'industrie du disque) organisés par les quatre principales entreprises du Canada (Donald K. Donald, CPI, Perryscope et MCA Concerts) en 1993 ont atteint environ 150 millions de dollars, taxes de vente comprises, et environ 127 millions de dollars, taxes de vente non comprises, dont quelque 30 millions au Québec. (Au Québec, les spectacles sont contrôlés, dans une proportion appréciable, par de petits promoteurs et présentés dans des salles à Montréal ainsi que dans un réseau de salles municipales et privées ailleurs en province.)

Si l'on ajoute les recettes des petits promoteurs et des festivals, le total brut atteint environ 170 millions de dollars ou quelque 140 millions, taxes de vente non comprises (voir le tableau 12 de l'annexe). Ces montants n'incluent pas les productions musicales comme *The Phantom of the Opera*. Ils excluent aussi un grand nombre de spectacles à but lucratif ou sans but lucratif donnés par les orchestres symphoniques.

Ces sommes excluent également les recettes de prestations dont la promotion est assurée par des bars, bien qu'elles représentent une proportion relativement minime. La plupart des spectacles importants qui appartiennent à cette catégorie sont produits par les mêmes promoteurs de spectacles professionnels et inclus par conséquent dans les montants. Les spectacles de bars qui ne sont pas organisés par un promoteur professionnel sont ordinairement d'envergure très restreinte (les bars font

la promotion de groupes principalement pour amener les clients à acheter des consommations alcoolisées), et les droits d'entrée ne permettent ordinairement d'absorber que le coût du spectacle et les dépenses connexes.

Il suffit d'examiner les chiffres de la SOCAN pour voir que le montant de 140 millions de dollars signalé pour 1993 se situe dans le bon ordre de grandeur. En 1993, la SOCAN a perçu environ 3 millions de dollars en droits pour des spectacles de musique au Canada; si l'on suppose un taux moyen de 2,1 p. 100, cela veut dire un marché total d'environ 143 millions de dollars.

Il est difficile de déterminer la proportion exacte des recettes de spectacles qui reviennent aux artistes canadiens, mais on peut l'estimer en examinant la ventilation des recettes brutes des spectacles et la proportion de ceux qui mettent en vedette des artistes canadiens.

Voici les 20 spectacles canadiens qui ont réalisé les plus grosses recettes brutes en 1992 :

Tableau 6 : Grands spectacles au Canada en 1992

Groupe	Recettes brutes (en millions de \$)	Assistance (en milliers de personnes)	Endroits
U2	3,6	108	Toronto, CNE
U2	2,7	77	Vancouver, BC Place
Genesis	1,8	56	Toronto, Skydome
Bruce Springsteen	1,6	49	Toronto, Skydome
Guns'N'Roses	1,6	50	Toronto, CNE
Elton John	1,3	51	Toronto, CNE
Bryan Adams	1,2	42	Alberta, Badlands
Genesis	1,2	36	Edmonton, Commonwealth
Bryan Adams	1,1	37	Parlee Beach, Nouveau-Brunswick
Bryan Adams	1,0	30	Molson Park, Barrie
Bryan Adams	0,9	31	Desert Park (C.-B.)
Bryan Adams	0,9	33	St. John's, (T.-N.)
Lollapalooza	0,8	31	Molson Park, Barrie
Lollapalooza	0,8	29	Vancouver, Thunderbird Park
Rod Stewart	0,7	25	Toronto, Skydome
Bryan Adams	0,7	25	Winnipeg, Bird's Hill Park
Dire Straits	0,7	23	Toronto, Maple Leaf Gardens
Bryan Adams	0,6	19	Ottawa, Parc Lansdowne
Garth Brooks	0,6	24	Toronto, CNE
Bryan Adams	0,6	19	Saskatchewan, Big Valley Park
	24,3	794	

Source : The Record

Les spectacles ont produit des recettes brutes de l'ordre de 24,3 millions de dollars, dont environ 7 millions (29 p. 100) peuvent être attribuées à des artistes canadiens (dans ce cas, Bryan Adams).

Autre exemple : en juin 1993, les 30 principaux spectacles organisés au Canada ont produit des recettes brutes de 5,1 millions de dollars, dont 1,5 million (29 p. 100) ont été réalisées par des vedettes canadiennes. En mars 1993, les 29 principaux spectacles ont produit des recettes brutes de 3,8 millions de dollars, dont environ 300 000 \$ pouvaient être attribuées à des vedettes canadiennes. Il semble donc que la proportion des recettes de spectacles d'artistes canadiens varie entre 10 et 30 p. 100. Un promoteur de spectacles que nous avons interrogé a déclaré que les spectacles canadiens représentaient probablement en moyenne 20 p. 100 des recettes annuelles brutes que son entreprise réalisait à ce chapitre. En combinant ces diverses estimations, nous avons supposé que le

quart des recettes de billetterie annuelles réalisées au Canada étaient attribuables à des artistes canadiens. Cette proportion varie bien sûr selon notamment le prestige dont jouissent les artistes canadiens telle ou telle année.

Comme nous l'expliquons ci-après, nous estimons que les artistes reçoivent en moyenne environ 40 p. 100 des recettes brutes d'un grand spectacle. Si l'on applique la part canadienne estimée à 25 p. 100, cela voudrait dire, pour un montant annuel de recettes de 170 millions de dollars réalisées par des spectacles d'artistes canadiens, environ 20 millions de dollars allant à des artistes canadiens.

Ventilation des recettes d'un grand spectacle

Nous décrivons dans cette section la façon dont les recettes d'un spectacle sont ordinairement obtenues et réparties. Les montants sont des estimations générales seulement. Les spectacles sont tous différents les uns des autres et les dispositions prises pour chacun peuvent varier considérablement. Il faut donc interpréter ces estimations avec prudence.

Ordinairement, le promoteur touche les recettes de billetterie brutes, dont sont déduites les «dépenses approuvées». Celles-ci incluent les dépenses liées aux artistes, au son et à l'éclairage, à la location de la salle, à la sécurité, aux machinistes, aux électriciens, aux traiteurs et aux fournitures d'arrière-scène, à la location de pianos et d'autres instruments, aux limousines et aux activités promotionnelles.

Le reste est ensuite partagé avec l'artiste dans une proportion qui peut aller de 95/5 (artiste/promoteur) à 80/20, compte tenu du prestige de l'artiste. Certains artistes touchent un montant fixe garanti, quitte à revenir à la formule de partage si celle-ci lui procure un montant plus élevé.

Le promoteur doit organiser les activités artistiques, s'occuper de la logistique du spectacle et vendre les billets. Dans le cas de grandes vedettes comme Garth Brooks ou Whitney Houston, le besoin de publicité est minimal. «J'affiche tout simplement une annonce», a déclaré un promoteur. Dans d'autres cas, le promoteur devra investir un montant considérable dans la publicité, peut-être de 5 à 7 p. 100 de ses recettes. Mais il faut souvent faire preuve de discernement pour juger si l'on s'enfonce

dans une mauvaise affaire et, dans l'affirmative, pour déterminer quand cesser les activités promotionnelles.

Pour un grand spectacle, par exemple dans une salle de 20 000 places qui se vendent au prix moyen de 30 \$ (les prix allant de 20 \$ à 45 \$), le promoteur réalisera peut-être des recettes brutes de 600 000 \$. Le tableau 7 présente une ventilation hypothétique de ces recettes.

Tableau 7 : Ventilation approximative des recettes d'un grand spectacle

Recette brute billetterie	600 000
Taxes de vente	<u>100 000</u>
Recette brute après taxes	500 000
Frais de service ou surtaxe	30 000
Location de la salle	40 000
Droits versés à la SOCAN	10 000
Autres dépenses liées au spectacle	<u>100 000</u>
Recette nette	320 000
Artistes	<u>270 000</u>
Recette du promoteur	50 000

Source: Les estimations sont basées sur les observations faites par un important promoteur de spectacles.

En Ontario³, une taxe de vente de 17 p. 100 (100 000 \$) est versée aux deux paliers de gouvernement, ce qui laisse un montant brut net de 500 000 \$. Dans certains cas, une surtaxe par billet de 1,50 \$ peut-être (soit au total 30 000 \$ dans cet exemple) pourrait être déduite pour réduire la dette ou absorber les coûts de rénovation de la salle.

D'après les estimations, les coûts de présentation du spectacle pourraient se situer entre 120 000 \$ et 150 000 \$. Supposons, pour cet exemple, la somme de 150 000 \$. Celle-ci inclut la location de la salle (15 p. 100 du montant brut net ou 40 000 \$), les droits versés à la SOCAN (2,2 p. 100 du

³ Ce chiffre varie; dans certaines provinces, le taux est inférieur à celui de 10 p. 100 qui est appliqué en Ontario. Au Québec, par exemple, il est de 4 p. 100 et il n'y a pas de taxes municipales qui s'appliquent. La TPS de 7 p. 100 s'applique dans toutes les provinces.

montant brut net ou 10 000 \$), la rémunération des machinistes, des préposés aux billets et des ouvriers, le coût du matériel, le coût de la publicité et les autres dépenses liées au concert (100 000 \$). Après avoir déduit ces divers coûts, on obtient un solde net, dans cet exemple, de 320 000 \$.

Le propriétaire de la salle conserve aussi ordinairement une part des recettes de stationnement et de concession, qui peuvent être considérables. Par exemple, si un terrain de stationnement peut recevoir 2 000 voitures à 6 \$ chacune, il obtient ainsi 12 000 \$, tandis que les concessions moyennes qui réalisent des ventes de 2,50 \$ à 4 \$ par personne produisent une somme de l'ordre de 35 000 \$ pour une foule de 10 000 personnes.

Dans le cas des grands spectacles, l'artiste et ses accompagnateurs touchent le plus élevé d'un montant fixe ou d'un montant obtenu par l'application d'une formule de partage. Ainsi, sur ce solde net de 320 000 \$, l'artiste pourrait toucher un montant fixe garanti de 200 000 \$ à 300 000 \$, ou un partage de 85/15. Il lui faudrait peut-être aussi verser une somme (représentant peut-être 10 p. 100) à un agent ainsi qu'au gérant d'artistes (10-15 p. 100) tirée sur ce montant. Les grandes vedettes peuvent exiger un montant fixe par spectacle de 250 000 \$ à moins que le montant correspondant à 85 p. 100 des recettes, moins les dépenses, soit plus élevé. Certains artistes très populaires comme Garth Brooks et Bruce Springsteen peuvent exiger un partage des recettes après déduction des dépenses approuvées suivant une formule 95/5. D'autres artistes, comme Billy Joel, peuvent exiger 67 p. 100 des recettes brutes nettes, ce qui oblige l'organisateur du spectacle à puiser dans le tiers restant pour les dépenses, les frais généraux et les bénéfices.

Dans l'exemple d'un grand spectacle donné ci-dessus, les artistes toucheraient peut-être la somme de 270 000 \$, ce qui laisserait au promoteur la somme d'environ 50 000 \$ pour les dépenses liées au spectacle, les frais généraux, les coûts indirects et les bénéfices. (Le partage entre l'artiste et le promoteur est généralement inférieur - ordinairement de 70/30 - dans le cas des petits spectacles présentés dans des salles de moins de 3 000 places.)

Il va sans dire que les chiffres exacts pour des concerts de ce genre varient considérablement, mais les montants que nous avons donnés sont réalistes pour un spectacle d'envergure qui remporte un succès raisonnable.

Le tableau 12 de l'annexe présente cette ventilation à l'échelle nationale. Comme on peut le voir, d'après cette estimation, le volet spectacles génère 26 millions de dollars en taxes de vente sur les billets, 11 millions en frais de location de salles, 80 millions de dollars pour les artistes et 27 millions de dollars servant à absorber les dépenses liées aux spectacles, notamment pour les machinistes et les préposés aux billets. Sur la somme de 80 millions de dollars versée aux artistes, nous estimons que 20 millions reviennent à des artistes canadiens et environ 60 millions à des artistes étrangers.

Ventilation des recettes et dépenses pour un petit concert

Les promoteurs professionnels organisent des grands et des petits spectacles. Pour les publics les moins nombreux, ce sont souvent les administrateurs de l'endroit, souvent un bar, qui s'occuperont de l'organisation et de la promotion du spectacle. Ordinairement, les ventes additionnelles de bière, de vin et de boissons alcoolisées suffisent à justifier financièrement l'organisation de ces spectacles.

Les ventes (de bière et de boissons alcoolisées) réalisées par les concessions constituent la principale justification économique de n'importe quel petit spectacle donné dans un bar. Une salle est fournie gratuitement à l'organisateur ou au promoteur, tandis que le propriétaire de l'endroit vendra des consommations d'une valeur de 10 \$ à 20 \$ par personne. Le groupe pourra toucher en moyenne de 500 \$ à 1 500 \$, somme qui servira à absorber ses dépenses, ainsi que le cachet de la première partie et des membres du groupe. Ce dernier se produit dans ce contexte surtout pour se faire connaître. Le coût de l'éclairage et de la sonorisation peut atteindre de 800 \$ à 1 000 \$ par soir, selon le statut du groupe, mais il se peut aussi que ces services soient fournis par les propriétaires de la salle.

Supposons par exemple un bar de 300 places qui présente un spectacle à guichet fermé pour lequel les billets se vendent 12 \$ chacun; les recettes de billetterie brutes s'élèveraient à 3 600 \$. Après déduction des taxes de vente et de divertissement de 600 \$, les recettes brutes après taxes tombent à 3 000 \$. Il faut ensuite soustraire de ce montant le cachet des interprètes et le coût de la technique,

qui peuvent être de 2 000 \$. Le promoteur se retrouverait donc avec 1 000 \$ pour absorber les frais de promotion, les frais indirects et les bénéfices. La gratuité de la salle contribue à la rentabilité de cette entreprise, mais les promoteurs que nous avons interrogés ont laissé entendre qu'ils ne réaliseraient pas de profits s'ils faisaient exclusivement la promotion de petits spectacles dans des bars. Le principal intérêt que cela présente pour eux est le maintien de leur visibilité dans la localité et les contacts avec de nouveaux artistes.

Tableau 8 : Ventilation approximative pour un petit concert

(tous les chiffres sont en \$)

Recette brute de billetterie	3 600
Taxe de vente	<u>600</u>
Recette brute après taxes	3 000
Location de la salle	0
Droits versés à la SOCAN	70
Artiste et technique	<u>2 000</u>
Recette du promoteur	approx. 1 000

Source : Discussions diverses.

Un groupe peut aussi vendre quelques douzaines de CD par soir lors de ces spectacles. Par exemple, le groupe BareNaked Ladies a vendu par lui-même environ 50 000 cassettes, dont un grand nombre dans de petits bars et la plupart par l'entremise de disquaires et d'autres magasins locaux. Le groupe Moxy Frivous a vendu 30 000 copies de sa bande de démonstration avant de signer un contrat avec Warner. Il arrive souvent que ces petits spectacles engendrent un succès commercial auquel concourent les circuits habituels.

5.3 RECETTES ESTIMATIVES PROVENANT DE LA VENTE DE PRODUITS DÉRIVÉS

En plus de toucher des recettes de concerts, un artiste peut aussi toucher des sommes considérables provenant de la vente de produits divers. L'artiste est ordinairement représenté par une entreprise de produits dérivés qui garantit au groupe un certain pourcentage des recettes. Mais avant que celui-

ci ne touche sa part, l'entreprise de produits dérivés doit verser une part au propriétaire de la salle. D'après un propriétaire que nous avons interrogé, cette part se situe entre 10 et 15 p. 100.

Exemple de recettes estimatives provenant de la vente de produits dérivés lors de certains concerts, d'après un propriétaire de salle :

Artistes	Dépenses approximatives en dollars par personne pour l'achat de produits dérivés
Garth Brooks	9,60
George Thorogood	5,80
Bon Jovi	5,00
Def Leppard	5,00
Tragically Hip	4,25

D'après une autre source d'information, soit la publication *Entertainment Marketing Letter*, le montant moyen qu'une personne dépense pour l'achat de produits dérivés lors de concerts est de 7,50 \$. Toutefois, d'après nos discussions avec une importante entreprise canadienne de produits dérivés, ce chiffre serait trop élevé. Selon celle-ci, le montant moyen réel se situerait entre 3,50 \$ et 7,50 \$, et probablement plus près de 3,50 \$. Selon cette source d'information, le marché des produits de ce genre au Canada est d'environ 25 millions de dollars, dont 75 p. 100 viennent des spectacles et 25 p. 100, d'autres sources. D'après les entretiens que nous avons eus, les ventes de produits par personne étaient moins élevées au Québec que dans l'ensemble du Canada. On estime en effet qu'au Québec, les ventes de produits dérivés représentent environ 5 millions de dollars.

D'après les montants ci-dessus, il semblerait que le marché est un peu supérieur au montant estimatif de 25 millions de dollars et qu'il représente probablement environ 30 millions de dollars.

Si l'on suppose que, pour le Canada les recettes au guichet pour les spectacles sont de 140 millions de dollars, environ 20 p. 100 du prix des billets est consacré à l'achat de produits dérivés. Autrement dit, un spectacle pour lequel le prix moyen du billet est de 30 \$ pourrait générer des ventes de 6 \$ par personne.

Une entreprise canadienne, la Brockum (qui appartient à BCL Entertainment), est une des plus grandes entreprises de vente de produits dérivés de la musique au monde. Sa clientèle comprend environ 160 artistes, dont les Rolling Stones, Paul McCartney, Pink Floyd, Prince et Bon Jovi. D'après *The Record*, son chiffre de ventes annuel est de l'ordre de 100 millions de dollars, dont quelque 5 millions sont réalisés au Canada. Les principales entreprises de vente de produits dérivés au Canada, classées d'après le nombre d'artistes qu'elles représentent, sont les suivantes.

Tableau 9 : Principales entreprises de produits dérivés

Entreprise	Nombre de clients
Winterland/MCA	250
Brockum	160
Nice Man/BMG	150
Polygram Diversified	95
Giant/Warner	50
Sony Signature	8
Total	713

Source : The Record.

Comme on peut le voir, Brockum regroupe environ le cinquième des artistes énumérés (compte tenu du prestige de ces artistes, la vente de produits lui rapporte sans doute beaucoup plus que le cinquième des recettes totales). En appliquant cette proportion d'un cinquième aux recettes canadiennes de 5 millions de dollars, on obtient une confirmation de l'estimation de 25 millions de dollars indiquée précédemment. Comme certains artistes ne sont pas représentés par ces entreprises, la valeur totale du marché canadien serait légèrement supérieure à 25 millions de dollars.

Le marché d'environ 30 millions de dollars que représentent les ventes de produits dérivés associés à des artistes canadiens est normalement réparti entre les propriétaires de salle, les entreprises de produits dérivés et l'artiste.

D'après les estimations découlant de nos discussions avec des représentants de l'industrie, ce montant serait réparti à peu près comme suit :

30-35 p. 100 à l'artiste	10 millions de dollars
45-55 p. 100 au poste des «autres dépenses»	15 millions de dollars
10-20 p. 100 à l'entreprise de produits dérivés	5 millions de dollars

Nous estimons qu'environ le quart du premier montant (2-3 millions de dollars) revient à des artistes canadiens et que 65 p. 100 (ou 10 millions de dollars) des «autres dépenses» demeure au Canada. Ces estimations relatives aux produits sont résumées au tableau 13.

5.4 DROITS D'AUTEUR ESTIMATIFS

5.4.1 Droits de reproduction mécanique

L'octroi d'une licence de reproduction mécanique permet de rémunérer les auteurs et compositeurs pour la reproduction de leurs compositions musicales sous forme mécanique, par exemple sur des CD ou des cassettes. Les droits de reproduction mécanique sont versés conformément aux conditions d'une telle licence.

Au Canada, deux sociétés de gestion collective s'occupent de la perception de ces droits. La plus importante est l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux limitée (ACDRM), qui représente quelque 25 000 éditeurs et titulaires de droits canadiens et étrangers. Au Québec, la Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada Inc. (SODRAC) est une société de gestion collective au sens de la Loi sur le droit d'auteur. La SODRAC compte parmi ses membres un nombre considérable d'éditeurs et d'auteurs français, ainsi qu'un certain nombre d'éditeurs et d'auteurs québécois. Certains compositeurs canadiens sont membres de sociétés étrangères. De plus, certains des grands producteurs de disques perçoivent directement une partie de leurs droits. Enfin, un certain nombre de titulaires de droits perçoivent directement une partie de leurs droits de reproduction mécanique. C'est ce qui se produit fréquemment lorsqu'une organisation contrôle à la fois une maison d'édition et un producteur de disques.

De 1924 à 1988, les licences de reproduction mécanique, au Canada, étaient régies par la Loi sur le droit d'auteur de 1924, qui rendait obligatoire une licence de reproduction mécanique, à un taux de 0,02 \$ par surface de jeu. En 1988, le taux obligatoire de 0,02 \$ a été aboli, et les autorités ont laissé les forces du marché déterminer tous les aspects des licences. La Commission du droit d'auteur a été chargée de régler les différends entre les sociétés de gestion collective ou les propriétaires de droits et les utilisateurs, à condition que les deux parties conviennent de lui soumettre leurs différends. On n'a jamais fait appel à cette commission pour régler un différend au sujet de droits de reproduction mécanique. Il semblerait que l'industrie hésite à saisir la Commission de différends à cause des coûts élevés que cela entraîne et parce qu'elle craint que la Commission ne possède pas la compétence nécessaire pour juger d'un dossier. À quelques exceptions mineures près, le champ d'intervention de l'ACDRM et de la SODRAC est le Canada. Les exportations tombent sous le coup des lois du pays importateur.

Taux des droits

Depuis l'abrogation, en 1988, des dispositions législatives sur les licences obligatoires, les principaux utilisateurs et l'ACDRM se sont livrés à une série de négociations qui ont abouti à un accroissement appréciable des taux des droits de reproduction mécanique. Une entente initiale entre l'ACDRM et l'AICE, en vigueur de 1988 à 1990, prévoyait un taux de 0,0525 \$ par chanson et par copie dans les cas où la durée de jeu était d'au plus cinq minutes, majoré de 0,0105 \$ pour chaque minute ou fraction de minute supplémentaire. (Les taux donnés ci-après sont indiqués suivant la même base de cinq minutes / une minute.)

L'ACDRM et l'AICE ont négocié une nouvelle entente à long terme à l'expiration de la première entente. Le taux des droits a été fixé à 0,0590 \$ / 0,0118 \$ pour la période allant du 1^{er} octobre 1990 au 31 décembre 1991 et à 0,0625 \$ / 0,0125 \$ pour les années civiles 1992 et 1993. Pour 1994-1995 et 1996-1997, les taux ont été rajustés en fonction de l'inflation de sorte que le taux qui s'applique à l'heure actuelle est de 0,0647 \$ / 0,0129 \$.

L'entente prévoit une remise de 25 p. 100 sur les taux qui s'appliquent aux produits à prix modique. Pour les besoins de l'entente, un produit à prix modique est celui dont le prix de gros est inférieur à

55 p. 100 du prix de gros des produits haut de gamme. L'entente permet également aux producteurs de disques de distribuer jusqu'à 2 000 copies d'un enregistrement sans droit d'auteur à des fins promotionnelles.

Un facteur qui joue un rôle important dans la détermination des taux des redevances est la clause relative à la «composition réglementée» ou contrôlée qui figure dans presque tous les contrats conclus entre les artistes-interprètes et les grands producteurs de disques.

Aux termes de cette clause, l'artiste accorde au producteur de disques une remise sur le taux du droit de reproduction mécanique s'appliquant à l'enregistrement des chansons que l'artiste contrôle ou dont il est propriétaire. L'artiste accorde cette remise en contrepartie de l'investissement consenti par le producteur de disques dans la production et la commercialisation de l'enregistrement et la mise en valeur de ses oeuvres qui s'ensuit. Cette remise est ordinairement de 25 p. 100.

De plus, les clauses relatives à la composition réglementée renferment ordinairement d'autres dispositions qui limitent la responsabilité du producteur de disques en matière de droits de reproduction mécanique. La plus importante de ces dispositions est celle dite du maximum, qui limite le paiement maximal de la maison d'enregistrement au chapitre des droits de reproduction mécanique pour un album à un montant équivalent à 10 fois 75 p. 100 du taux du droit normal. Au taux en vigueur, ce montant équivaut à environ 0,49 \$ l'album, au lieu du montant de 0,647 \$ qui serait exigible si le taux intégral était appliqué aux 10 chansons de l'album.

En échange des dispositions négociées relativement à la composition réglementée, le producteur de disques assume les risques liés à la production de l'enregistrement et verse également à l'artiste des avances de fonds considérables.

L'entente résultante est complexe, mais a essentiellement priorité sur certains aspects des clauses relatives à la composition réglementée puisqu'elle impose des limites aux dispositions habituelles de ces clauses. Pour atténuer par exemple l'effet de réduction des droits qu'exerce l'imposition d'un maximum, il est précisé que le taux des droits prévu par une licence ne peut être inférieur à 50 p. 100

du taux intégral vu l'application de la méthode de la répartition proportionnelle des droits décrite ci-dessus.

L'ACDRM et la maison de distribution par vente directe Columbia House ont conclu une entente distincte qui accorde à cette dernière une remise de 25 p. 100 sur les taux des droits pour tous les éditeurs que représente l'ACDRM, sauf ceux qui ont expressément demandé à l'ACDRM d'être soustraits à l'application de l'entente. Toutefois, compte tenu du volume de produits que vend Columbia House et de son refus de distribuer des produits renfermant des compositions pour lesquelles les éditeurs ont refusé d'accorder la remise de 25 p. 100, très peu d'éditeurs ont ordonné à l'ACDRM de ne pas accorder la remise.

Les sociétés qui n'appartiennent pas à l'AICE se sont vu offrir les mêmes modalités que les membres de cette association. Jusqu'ici, l'ACDRM a conclu des ententes avec 68 producteurs de disques indépendants, dont 20 du Québec.

Recettes totales provenant des droits de reproduction mécanique

Statistique Canada est le seul organisme qui totalise le montant des droits de reproduction mécanique versés au Canada. Selon l'organisme, en 1991-1992, ces recettes ont atteint 68 millions de dollars. Toutefois, des données de l'ACDRM et de la SODRAC et nos discussions avec des membres de l'industrie nous portent à croire que ce montant est trop élevé, même en tenant compte du fait qu'une partie des recettes sont versées directement aux titulaires de droits qui ne sont membres ni de la SODRAC ni de l'ACDRM. Il se peut que les données contiennent une erreur de classement des droits des créateurs.

Nous estimons qu'en 1993, les droits de reproduction mécanique ont atteint environ 43 millions de dollars, comme le révèle le tableau 11. (On obtient ce montant en appliquant le taux de 0,056 \$ par chanson aux 77 millions de disques vendus en 1993 et en supposant que chaque disque contient 12 chansons.) Nous basons notre estimation sur des données confidentielles de l'ACDRM et sur le montant de 3 millions de dollars en recettes déclarées par la SODRAC, en tenant compte du fait qu'une part considérable des droits de reproduction mécanique ne passe pas par les sociétés de

gestion collective. Depuis 1991, les droits de reproduction mécanique ont augmenté considérablement parce que l'ACDRM a réussi à négocier des taux plus élevés.

On ne peut déterminer à partir des dossiers de l'ACDRM ou d'autres sociétés la part des droits de reproduction mécanique payable à des Canadiens. Au Québec, la SODRAC verse environ 45 p. 100 de ses recettes à des étrangers. D'après nos discussions avec des représentants de l'industrie, il semblerait qu'environ 80 p. 100, en moyenne, du montant total des recettes réalisées au Canada en droits de reproduction mécanique (environ 35 millions de dollars en 1993) sont en définitive versés à des étrangers, ce qui laisserait la somme d'à peu près 8 millions de dollars entre les mains de Canadiens. Il se peut même que ce montant soit trop élevé étant donné que certains auteurs canadiens traitent avec des éditeurs étrangers, dont la part des droits se retrouvera en définitive à l'étranger. L'auteur et l'éditeur se partagent ordinairement les droits dans une proportion de 75 à 25, bien qu'on trouve également des partages de 50-50.

On estime que la part des droits de reproduction mécanique qui revient au Québec équivaut à environ le tiers du montant total pour le Canada, c'est-à-dire entre 2 et 3 millions de dollars.

Recettes des Canadiens à l'étranger

Un petit nombre d'auteurs canadiens (20 au maximum) réalisent des recettes appréciables en droits de reproduction mécanique grâce aux ventes de leurs disques à l'étranger. Un nombre plus considérable d'auteurs canadiens gagnent beaucoup moins individuellement, bien qu'ensemble, ils réalisent à peu près le même montant que les 20 auteurs qui réussissent le mieux. Les auteurs canadiens les plus populaires vendent ordinairement beaucoup plus de disques à l'étranger qu'au Canada, pour la bonne et simple raison que le marché mondial est beaucoup plus gros que celui du Canada, bien que l'écart, toutes proportions gardées, soit beaucoup moindre pour les membres francophones de l'industrie.

Il est extrêmement difficile, tant en théorie qu'en pratique, d'estimer le montant des recettes réalisées à l'étranger. La difficulté, sur le plan théorique, vient du fait qu'une part des recettes va à des artistes canadiens qui n'habitent plus le Canada. Faudrait-il donc tenir compte de leurs recettes pour évaluer

la taille de l'industrie canadienne? C'est ce que nous avons choisi de faire. Une difficulté encore plus grande provient du fait qu'il y a si peu d'auteurs canadiens qui réalisent des recettes appréciables à l'étranger qu'il faut utiliser, pour obtenir ces données, des renseignements personnels et confidentiels sur le revenu, lequel peut varier considérablement d'une année à l'autre. Néanmoins, en nous basant sur certains renseignements concernant les ventes de disques des artistes les plus populaires et sur des discussions avec des gérants d'artistes et d'autres spécialistes de l'industrie, nous croyons que les recettes que les Canadiens réalisent à l'étranger au titre des droits de reproduction mécanique dépassent celles qu'ils réalisent au Canada et atteignent presque 10 millions de dollars par année.

5.4.2 Recettes en droits d'exécution

La Loi sur le droit d'auteur accorde aux compositeurs et aux éditeurs de musique le droit exclusif d'interpréter en public ou de radiodiffuser leurs oeuvres, ou d'autoriser d'autres personnes à le faire. Il s'agit des droits dits d'exécution. La protection accordée par le droit d'auteur s'applique à compter de la création d'une oeuvre jusqu'à 50 ans après la mort de l'auteur. Au Canada, c'est la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) qui administre les licences de droit d'exécution au nom des auteurs et des éditeurs. La Société perçoit les droits d'auteur des utilisateurs autorisés, tels les radiodiffuseurs, les promoteurs de concerts, les clubs et les fournisseurs de musique d'ambiance, en appliquant une vingtaine de tarifs différents. Les tarifs de la SOCAN doivent être approuvés par la Commission du droit d'auteur. Après avoir déduit ses dépenses de fonctionnement, la SOCAN distribue le reste des recettes entre ses membres et les membres affiliés étrangers. Ces derniers perçoivent aussi des droits dans leur pays au nom de la SOCAN.

De nombreux éditeurs canadiens autorisent des éditeurs étrangers à administrer leurs oeuvres dans d'autres pays. Ces éditeurs étrangers reçoivent des droits d'exécution directement des sociétés de gestion des droits d'exécution de leur pays et ils versent ces droits directement aux éditeurs canadiens qu'ils représentent (sous réserve de frais d'administration de 15 p. 100). Ces recettes viennent s'ajouter à celles que déclare la SOCAN.

Cette dernière compte 232 employés, dont 175 à Toronto. Les autres sont répartis comme suit : Montréal : 31, Vancouver : 19, Edmonton : 3, Dartmouth : 3 et Winnipeg : 1.

La SOCAN a plusieurs sources de recettes : télévision, radio et activités générales, cinéma et concerts (voir le tableau 9). Elle a également demandé un tarif de câblodistribution. Entre 1992 et 1993, le total des sommes que la SOCAN a versé à ses membres est passé de 61,5 millions de dollars à 60,6 millions de dollars. Cette baisse est attribuable à une diminution des recettes provenant de la radiodiffusion (étant donné le maintien de popularité des talk-shows) ainsi qu'à une réduction du revenu de placements attribuable à la baisse des taux d'intérêt. Le versement des sommes découlant de l'exécution au Canada d'oeuvres musicales se fait ordinairement neuf mois après la date de l'exécution proprement dite. Dans le cas d'une prestation à l'étranger, ce délai peut être plus long.

La répartition des recettes de la SOCAN entre les auteurs et les éditeurs dépend de chacun des contrats, qui sont assujettis à la règle de la SOCAN selon laquelle les auteurs doivent toucher au moins 50 p. 100 des recettes. Normalement, la proportion qui leur revient se rapproche plutôt de 75 p. 100.

Les dossiers de la SOCAN ne révèlent pas directement le nombre des membres qui sont canadiens et étrangers. En ce qui concerne les auteurs, il est raisonnable de supposer que ceux qui déclarent une adresse au Canada sont de nationalité canadienne. Certains artistes canadiens bien en vue, comme Bryan Adams, Neil Young et David Foster, appartiennent à des sociétés de droits d'exécution étrangères dont les dossiers ne révéleraient pas que les droits sont versés à des Canadiens. Il n'en va pas ainsi des éditeurs qui, tout en ayant une adresse canadienne, peuvent appartenir à une société étrangère. C'est par exemple le cas des éditeurs les plus importants du Canada, comme Warner/Chappell. Le montant qui revient effectivement à des Canadiens est probablement exagéré dans les données indiquées pour les éditeurs canadiens.

Le tableau 9 de l'annexe présente la répartition, en 1993, des recettes de la SOCAN entre ses membres, selon la source et la région. Rappelons que les tableaux sont basés sur des données non vérifiées et sujettes à révision. Pour produire le tableau le plus fidèle possible, nous avons modifié les données fournies par la SOCAN. Premièrement, dans les cas où, d'après les données originales de la SOCAN, ils sont supérieurs aux montants indiqués pour les auteurs canadiens, les montants correspondant aux éditeurs canadiens ont été diminués pour égaler les montants versés aux auteurs canadiens. La différence est ajoutée aux montants versés aux éditeurs étrangers. Nous avons

effectué ce rajustement parce que, d'après les règles de la SOCAN même, les recettes des éditeurs ne devraient pas dépasser celles des auteurs. Nous avons également rajusté le montant des recettes à l'étranger en calculant les recettes brutes des éditeurs pour tenir compte des paiements directs que leur versent les sous-éditeurs étrangers.

Les principaux éléments d'information que renferme le tableau sont les suivants :

- Les recettes totales provenant des droits d'exécution versés à des Canadiens ont été de l'ordre de 34 millions de dollars.
- Les auteurs québécois ont touché la somme de 3,7 millions de dollars en droits d'exécution et les éditeurs québécois, 2,6 millions de dollars.
- Cinquante-huit pour cent des recettes totales sont venues de sources étrangères.
- 11 900 auteurs canadiens et 3 890 éditeurs canadiens se sont partagé ces recettes.
- Le montant moyen des recettes par auteur est difficile à établir pour diverses raisons. Premièrement, certains auteurs ne cèdent pas leurs droits d'édition, de sorte que leurs recettes pourraient être plus élevées. Deuxièmement, la distribution est asymétrique : un petit nombre d'auteurs se partagent la plus grande part des recettes. Comme la SOCAN ne publie pas de ventilation de cette distribution, il est impossible d'estimer avec précision l'importance de cette asymétrie. Il semblerait toutefois que la tranche de 5 p. 100 des auteurs qui ont le plus de succès dans leur catégorie touchent une très forte proportion des recettes totales. Enfin, il se peut qu'un éditeur soit propriétaire de différentes oeuvres sous différentes raisons sociales, ce qui explique que le nombre d'éditeurs indépendants soit inférieur à celui qui est indiqué.
- Le total des paiements effectués à des étrangers pour l'exécution d'oeuvres musicales au Canada a atteint, en 1993, 33 millions de dollars, comparativement aux 13 millions versés à des Canadiens pour des spectacles à l'étranger. Toutefois, selon des renseignements confidentiels provenant de représentants d'artistes et d'autres sources de l'industrie, nous estimons que les

Canadiens ont également recueilli quelque sept millions de dollars en redevances qui ne sont pas passées par les sociétés de gestion collectives. Ces gains semblent revenir en grande partie au pays. En l'absence d'une meilleure information, nous avons assumé que 90 p. 100 de ces gains (soit quelque 6 millions de dollars) revenaient au pays, ce qui porte ces recettes d'origine étrangère à quelque 19 millions de dollars. Comme l'indique le tableau 10, le Canada a donc une balance déficitaire de 14 millions de dollars au titre des paiements de droits d'exécution.

La SOCAN compte beaucoup de membres, soit plus de 50 000. Toutefois, un grand nombre d'entre eux ne touchent pas de droits; il semblerait que le nombre de membres «actifs» soit d'environ 25 000. Certaines adhésions seraient également en double ou presque en double parce que la même personne peut être inscrite auprès de la SOCAN à titre individuel et sous différentes raisons sociales, selon la façon dont elle détient le droit d'auteur pour les différentes chansons.

Une bonne part des recettes réalisées à l'étranger est attribuable aux succès actuels de certains artistes (comme k.d. lang, Tom Cochrane, Crash Test Dummies, Bryan Adams and Roch Voisine), mais d'autres oeuvres moins récentes (Roll out the Barrel et des compositions de Gordon Lightfoot, Burton Cummings et Randy Bachmann) produisent aussi des recettes appréciables.

Le tableau 10 présente un résumé du flux des droits d'exécution.

5.5 VENTES ESTIMATIVES DE MUSIQUE EN FEUILLE

L'édition de musique écrite (ou de musique en feuilles) représente une petite industrie, et la partie qui est expressément liée à l'enregistrement sonore est encore plus petite. Ce sont ordinairement les interprètes ou les chanteurs, professionnels ou amateurs, qui achètent la musique en feuilles.

Il n'existe pas de données publiées récentes sur la taille du marché canadien. Selon une étude réalisée par Paul Audley & Associates Ltd. pour l'Association canadienne des éditeurs de musique (ACEM) en 1989, la valeur des ventes en gros de musique en feuilles réalisées par des maisons d'édition canadienne de langue anglaise serait d'environ 11 millions de dollars. Si l'on suppose une marge bénéficiaire brute moyenne de 40 p. 100, cela correspond à 15 millions de dollars au détail. Un peu

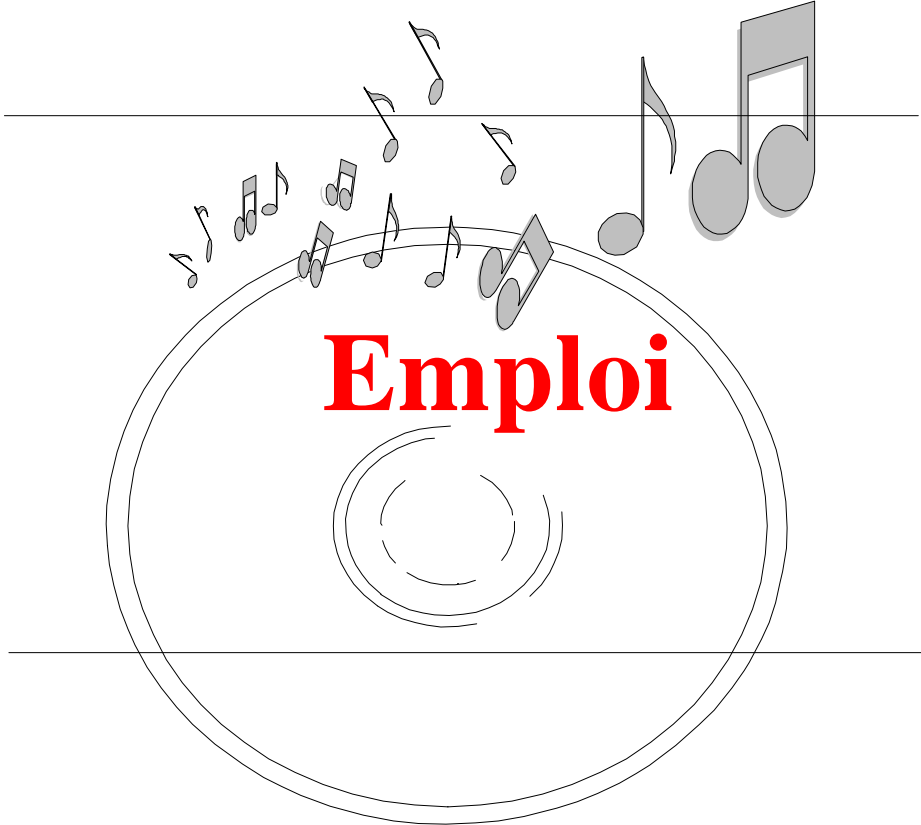
moins de 50 p. 100 de ce montant était attribuable à la musique populaire tandis que presque tout le reste était d'un genre (par ex., matériel éducatif) qui ne se prêterait pas facilement à l'enregistrement sonore. Les sociétés canadiennes ont réalisé environ 60 p. 100 des ventes, mais la part canadienne de la musique populaire était minime, soit environ 5 p. 100.

Outre la musique écrite vendue par les éditeurs de musique canadiens, l'étude Audley a fait état des importations directes par des grossistes, des détaillants, des écoles, des bibliothèques, des interprètes et des particuliers. Certains des produits ont été importés au prix de détail ou l'équivalent et certains, au prix de gros. Les auteurs de cette étude ont conclu qu'au Canada anglais, le marché de la musique écrite, au premier point de livraison, était de 20 millions de dollars. Si l'on suppose que la moitié des produits ont été importés au prix de détail, cela signifierait un marché de vente au détail total d'environ 30 millions de dollars.

D'après nos discussions avec les éditeurs de musique, le marché n'aurait guère changé depuis 1989. La valeur au détail des ventes des éditeurs de langue anglaise est estimée à quelque 20 millions de dollars, et il faut tenir compte d'un volume inconnu mais considérable d'importations directes. La musique populaire représenterait toujours 50 p. 100 du marché, dont la musique en feuilles canadienne constituerait une part minime.

Au Québec, trois éditeurs se partagent le marché de la musique écrite. La valeur du marché du commerce de gros est estimée à 500 000 \$, soit l'équivalent d'une valeur au détail de 1 million de dollars. Environ 40 000 unités sont vendues; il s'agit surtout de livres et de feuilles. Les livres se vendent entre 14,95 \$ et 26,95 \$ et les feuilles, 5,25 \$. Pour un succès du palmarès, on peut vendre 2 000 feuilles. Signalons également un faible volume de feuilles de musique importées de France, évalué à 150 000 \$.

Cette industrie emploierait au total une centaine de personnes, en équivalent temps plein, qui travaillent surtout en Ontario. Toutefois, seulement la moitié environ de ces personnes s'occupent principalement de musique écrite, et moins de la moitié, de musique écrite populaire.



6.0 EMPLOI

6.1 EMPLOI TOTAL

En 1993, on dénombrait au Canada quelque 16 000 emplois (y compris les travailleurs indépendants), au total, dans le secteur de l'enregistrement sonore et des activités connexes (tableau 6), dont environ 4 000 au Québec (tableau Q3). Ce nombre est sensiblement plus élevé que d'autres estimations. Ainsi, selon un rapport récent sur l'industrie préparé pour le gouvernement de l'Ontario, celle-ci comptait environ 2 500 emplois. Notre estimation est beaucoup plus élevée parce que nous avons adopté une définition plus large de l'industrie. En plus des secteurs traditionnels, comme les producteurs de disques et les fabricants, nous incluons également les artistes, interprètes et paroliers, sans qui l'industrie n'existerait pas, de même que les distributeurs et les détaillants, sans lesquels le public n'aurait pas accès aux enregistrements sonores.

Il est justifié d'inclure dans l'industrie les détaillants et les distributeurs étant donné que leurs fonctions sont déjà exercées par certaines organisations qui font indéniablement partie de l'industrie. Par exemple, la plupart des grands producteurs de disques exercent aussi la fonction de distributeur, tandis que Columbia House est à la fois un producteur de disques, un distributeur et un détaillant. Par contre, la plupart des producteurs de disques indépendants n'exercent pas la fonction de distributeur. On ne pourrait pas faire de comparaison complète en incluant toutes les fonctions d'une organisation et uniquement quelques-unes d'une autre. Qui plus est, le secteur de la vente au détail et notamment les chaînes spécialisées n'existeraient pas sans les recettes générées par les enregistrements sonores.

Nous avons déjà signalé les lacunes que présentent les données sur l'industrie, et cela vaut notamment en ce qui concerne l'emploi. La plus grande difficulté se situe au niveau de la catégorie compositeur/interprète, où on dénombre des dizaines de milliers de personnes, mais un nombre infiniment moindre de personnes qui y sont étroitement liées. Certaines tirent un petit revenu de

plusieurs secteurs de l'industrie. Un compositeur-interprète peut par exemple s'occuper à temps partiel d'enregistrement sonore, en plus d'exercer, également à temps partiel, les fonctions d'auteur de commerciaux et de garçon de table.

6.2 EMPLOI PAR PROVINCE

S'il est si difficile de faire une estimation réaliste de l'emploi total, il est encore plus difficile, bien sûr, d'établir une ventilation par province. Il est toutefois indéniable que, dans toutes les catégories d'emploi, sauf celles de détaillant et d'interprète/compositeur, la grande majorité des emplois se trouvent en Ontario et au Québec. Les grands producteurs de disques sont tous situés en Ontario, et ils ont très peu d'employés dans les autres provinces ou territoires, sauf au Québec. Les principaux fabricants sont également implantés en Ontario et au Québec. La Colombie-Britannique est la seule autre province qui compte un nombre appréciable d'installations d'enregistrement sonore (par ex., studios, sociétés de son et d'éclairage, sociétés de production de vidéos). La plupart des entreprises de distribution ont également leur siège en Ontario ou au Québec, à l'instar d'un grand nombre des principaux détaillants. Le lecteur trouvera au tableau 23 de l'annexe une ventilation des entreprises d'enregistrement sonore, par province.

Si l'on suppose que l'emploi dans le secteur du commerce de détail (sans compter les activités au siège social) et dans le secteur de l'interprétation et de la composition est surtout fonction de la population (ce qui minimise probablement le rôle de centres comme Toronto et Montréal), on peut estimer le nombre total d'emplois dans l'industrie en dehors du Québec et de l'Ontario à environ 3 000. En excluant de l'estimation le secteur de la vente au détail et les interprètes/compositeurs, on obtient un total de beaucoup inférieur à 1 000 emplois, dont au moins la moitié se trouveraient en Colombie-Britannique.

6.3 TYPES D'EMPLOI

Le tableau 6A de l'annexe donne les types d'emploi selon le secteur de l'industrie.

Les producteurs de disques procurent environ 2 000 emplois; les producteurs indépendants en comptent près de 400 et les autres sont attribuables aux grands producteurs de disques. La maison indépendante moyenne compte un peu plus de deux employés en équivalent temps plein. On dénombre en outre 2 000 emplois dans le secteur de la fabrication, surtout dans les deux usines de fabrication de CD, mais aussi dans les secteurs de l'emballage, de la fabrication de cassettes et d'activités connexes. Le secteur de la distribution et de la vente au détail fournit le plus grand nombre d'emplois, soit environ 5 000. Chez les interprètes/compositeurs, on en dénombre quelque 4 500 (dont environ 100 musiciens d'appui). Il y aurait, dans cette catégorie, plus de 20 000 personnes qui tirent un certain revenu de l'industrie. Les spectacles fournissent de l'emploi à environ 800 personnes en équivalent temps plein, tandis que les studios emploient près de 300 personnes qui se consacrent à des activités liées à l'enregistrement sonore. Les 1 000 autres personnes sont notamment des employés d'associations, des gérants d'artistes, des réalisateurs et des graphistes.

The image features a central graphic consisting of a horizontal line at the top, a series of musical notes of varying sizes and styles (including eighth and sixteenth notes) arranged in a curve, and a large, stylized CD or vinyl record graphic below them. The text is overlaid on the CD graphic.

**Ventilation des coûts
de l'industrie de
l'enregistrement sonore**

7.0 VENTILATION DES COÛTS DE L'INDUSTRIE DE L'ENREGISTREMENT SONORE

Dans cette étude, nous nous sommes employés à ventiler les coûts de production d'un enregistrement. Cette ventilation est importante pour estimer, entre autres choses, la taille globale du marché, le montant des flux monétaires transfrontaliers et la somme des droits versés et perçus dans l'industrie de l'enregistrement sonore. Pour simplifier une tâche qui pourrait être très compliquée, nous nous sommes concentrés sur la production, au moyen de différents circuits, d'un enregistrement sur disque compact.

Signalons d'emblée qu'il n'existe aucune donnée publiée à ce sujet. Nous sommes redevables, pour les chiffres présentés dans ce document, envers certains producteurs de disques qui étaient disposés à partager ces estimations, ainsi qu'envers d'autres parties intéressées, qui nous ont fait part de leurs observations.

On peut constater des divergences énormes entre les estimations, compte tenu, entre autres facteurs, du circuit de production qu'utilise l'artiste ainsi que de la notoriété de ce dernier.

Les tableaux 14 et 15 de l'annexe présentent une ventilation estimative des coûts d'enregistrement d'un grand producteur de disques dans deux contextes distincts :

- location d'une bande maîtresse d'origine étrangère et gravure de disques pour le marché canadien;
- production interne d'un disque d'un artiste canadien.

La principale différence entre ces deux contextes est que, dans le premier, le producteur de disques verse un droit de location à la société affiliée tandis que, dans le second, il verse un droit à l'artiste canadien. D'après nos sources d'information, les frais de location sont plus élevés, représentant en moyenne environ 30 p. 100 du prix de gros (environ 3,30 \$ par disque) et ils sont payables à la

société affiliée auprès de laquelle l'artiste est inscrit. Les droits versés à l'artiste canadien peuvent varier considérablement (nous avons estimé le montant à environ 2 \$ par disque). Toutefois, les frais de location sont liés directement au volume de ventes, tandis que les frais de production encourus avec un artiste canadien sont essentiellement des coûts initiaux et fixes, quoique récupérables si le nombre d'unités vendues est suffisamment élevé.

La différence correspondante entre les deux contextes est que les coûts de production sont nuls lorsque la société importe une bande maîtresse. La production interne d'un disque peut bien sûr entraîner des coûts considérables (comme on peut le voir au tableau 15). Les efforts déployés pour récupérer une partie de ces coûts, au moment de la vente du disque, compliquent énormément le calcul des coûts de production. Par exemple, si un enregistrement se vend à 140 000 exemplaires, en établissant les coûts de production et de la vidéo à 350 000 \$, le producteur pourrait récupérer, par exemple, 275 000 \$, ce qui lui laisserait un coût net de 75 000 \$ au producteur, soit 0,50 \$ l'exemplaire.

Les droits de reproduction mécanique sont basés sur une moyenne de 0,0647 \$ par chanson, à raison de 11 ou 12 chansons par disque, et assujettis à un facteur tenant compte, entre autres choses, de la musique qui fait partie du domaine public et de la musique de sources diverses.

Nos sources d'information nous ont fourni des estimations sur les coûts de commercialisation et de fabrication, ainsi que sur les mauvaises créances. Les estimations des coûts de fabrication peuvent varier compte tenu des travaux de graphisme et d'impression requis. Certains enregistrements d'artistes de renom exigent la réalisation d'encartés passablement complexes pour les boîtiers, ce qui peut augmenter les coûts de fabrication.

D'après nos sources d'information, la marge bénéficiaire brute, pour le gros et le détail, se situe en moyenne entre 35 et 40 p. 100. Dans certains cas, le rôle que joue le distributeur peut compliquer la situation. Sam's, par exemple, contrôle sa filiale de distribution Roblans et accapare ainsi cette part des recettes. Dans la plupart des cas, au Canada anglais, c'est une société affiliée à une des multinationales de disques qui s'occupe de la distribution des disques d'une maison indépendante (voir le tableau 16 de l'annexe). Dans ce cas, la filiale de la multinationale toucherait un montant estimatif

de 2,80 \$ pour les frais d'administration, les frais généraux et les profits associés à ses propres disques, ainsi que la marge bénéficiaire brute de 1,85 \$ pour la distribution des disques de la société indépendante. Si l'on suppose que le grand producteur de disques engage 0,55 \$ en coûts de distribution pour ses propres produits, il est probable que plus de 1 \$, sur cette somme de 1,85 \$, contribue directement au bénéfice net de l'entreprise.

Les chiffres du tableau 16 de l'annexe ont été fournis par certains producteurs de disques indépendants eux-mêmes. Ils sont donc considérés comme raisonnablement représentatifs de la ventilation des coûts que doit assumer une maison indépendante pour un disque d'un artiste canadien renommé. Comme on peut le voir, le montant estimatif de 2,85 \$ englobe les coûts administratifs, les frais généraux, les coûts liés à la mise en valeur des artistes et du répertoire, ainsi que les bénéfices. D'après les ratios donnés au tableau 19 de l'annexe, les entreprises indépendantes ont des coûts administratifs très élevés par rapport aux grands producteurs de disques. C'est là une des principales raisons pour laquelle la situation, sur le plan des bénéfices, favorise tellement les producteurs de disques étrangers. Un grand nombre des très petits producteurs de disques ont une structure de coût très différente. Rappelons aussi qu'il existe des différences appréciables entre les coûts des entreprises québécoises et ceux des autres maisons indépendantes.

Les principales différences sur le plan des coûts entre les enregistrements d'une filiale de multinationale et ceux d'une entreprise indépendante sont que, pour la production d'un CD, la première n'assume généralement pas de coûts directs d'enregistrement ou de production d'une vidéo et ne verse pas de droits directement à l'artiste (ces sommes sont couvertes par une entente de location) et qu'elle reçoit des entreprises indépendantes un certain montant en contrepartie de la distribution de leurs produits sur le marché. Signalons que les ententes sur les droits de location varient d'une filiale de multinationale à une autre et que, dans certains cas, les droits sont versés directement à l'artiste. Dans d'autres cas, les filiales contribuent au coût des vidéos produits sur d'autres territoires.

A graphic illustration featuring a large, faint CD or vinyl record in the background. The record has concentric lines and a central hole. Above the record, several musical notes of various shapes and sizes are scattered across the frame. Two horizontal lines, one above and one below the record, extend across the width of the image. The text "Nouveaux enregistrements" is centered over the record in a bold, red, serif font.

Nouveaux enregistrements

8.0 NOUVEAUX ENREGISTREMENTS

8.1 RÉPARTITION SELON LA LANGUE

Selon le sondage annuel de Statistique Canada, environ 7 500 albums ont été diffusés au Canada en 1991-1992 (certains observateurs de l'industrie estiment que ce chiffre est élevé). Du nombre, 72 p. 100 étaient en anglais, 6 ou 7 p. 100 en français, tandis que 21 p. 100 étaient des enregistrements de musique instrumentale et 1 p. 100, des enregistrements dans d'autres langues.

Tableau 10 : Répartition des albums selon la langue, 1991-1992

	Producteurs canadiens	Producteurs étrangers	Total
Enregistrements à contenu canadien	835	245	1 080
Anglais	416	195	611
Français	300	27	327
Musique instrumentale	90	23	113
Autres langues	29	0	29
Enregistrements non canadiens	827	5 576	6 403
Anglais	557	4 186	4 743
Français	106	67	173
Musique instrumentale	158	1 299	1 457
Autres langues	6	24	30
Total	1 662	5 821	7 483
Anglais	973	4 381	5 354
Français	406	94	500
Musique instrumentale	248	1 322	1 570
Autres langues	35	24	59

Source : Traitement spécial du Sondage annuel de Statistique Canada sur l'industrie de l'enregistrement sonore pour Ernst & Young.

Un peu plus de 14 p. 100 des nouveaux albums comportaient un contenu canadien. Ce faible pourcentage montre l'importance des artistes étrangers au Canada anglais : seulement 11 p. 100 des

nouveaux albums de langue anglaise étaient à contenu canadien, contre 65 p. 100 des albums en français.

Sur les 611 enregistrements à contenu canadien de langue anglaise diffusés en 1991, plus des deux tiers (68 p. 100) ont été produits par des maisons indépendantes. Le pourcentage est encore plus élevé pour le secteur de langue française, les maisons indépendantes ayant lancé 92 p. 100 des 327 nouveaux albums diffusés.

Inversement, un peu plus de 87 p. 100 des enregistrements d'artistes étrangers (sans contenu canadien) diffusés sur le marché canadien étaient sous étiquette étrangère, contre 88 p. 100 pour les enregistrements de langue anglaise sans contenu canadien et seulement 39 p. 100 pour les enregistrements de langue française sans contenu canadien.

Ces chiffres révèlent que la grande majorité des enregistrements de nouveaux artistes canadiens ont été diffusés sur le marché par de petites maisons indépendantes. Les filiales des multinationales s'occupent relativement peu de la mise en valeur des artistes locaux. Ces entreprises sous domination étrangère se concentrent surtout sur la promotion et l'exploitation commerciale d'enregistrements d'artistes étrangers. Cette observation vaut surtout pour le Canada anglais, les maisons étrangères s'occupant beaucoup moins des enregistrements en français (canadiens ou autres).

Ces données concordent assez bien avec les chiffres des ventes des maisons sous contrôle étranger et des maisons sous contrôle canadien. Ces chiffres montrent en effet qu'en 1991, les producteurs de disques sous contrôle étranger ont tiré 21 millions de dollars des ventes de bandes maîtresses qu'ils ont elles-mêmes réalisées, soit seulement 4 p. 100 de leur chiffre d'affaires. Ils ont aussi tiré 42 millions de dollars (8 p. 100 du total) de ventes d'enregistrements réalisés à partir des bandes maîtresses louées auprès d'autres maisons canadiennes. Le reste de leurs ventes, soit 88 p. 100 du total (440 millions de dollars), provenait de l'exploitation de bandes maîtresses louées de sociétés étrangères.

Toutefois, si on regarde la répartition des ventes de nouveaux enregistrements canadiens entre les producteurs canadiens et étrangers, la situation apparaît un peu différente. Les enregistrements

canadiens se vendent en général beaucoup mieux sous étiquette étrangère que sous étiquette canadienne. Plusieurs facteurs jouent ici. Premièrement, les producteurs étrangers dépensent en moyenne plus que leurs homologues canadiens au titre de la réalisation et de la promotion d'un enregistrement canadien. Par exemple, comme le montrent les tableaux 14 et 16, ils ont dépensé en moyenne 3 \$ par unité pour le marketing et la promotion d'un enregistrement canadien, contre 1 \$ pour les producteurs canadiens. Deuxièmement, les producteurs étrangers ont tendance à accaparer une part disproportionnée des talents reconnus, cela en partie parce qu'ils ont les moyens de faire aux grandes vedettes canadiennes de meilleures offres que leurs homologues canadiens et, en partie, grâce à leur perspicacité pour le dépistage et la mise en valeur du talent. Enfin, naturellement, de nombreux enregistrements canadiens sous étiquette canadienne proviennent de très petites entreprises qui ont une faible distribution et, par conséquent, peu de possibilités de réaliser de fortes ventes.

Le tableau 17 présente une ventilation des enregistrements diffusés, selon la langue, d'après l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement. En règle générale, de 2 à 5 p. 100 seulement des enregistrements diffusés par les grands producteurs de disques sont en français, tandis qu'entre 75 et 80 p. 100 sont en anglais.

Le tableau 18 regroupe l'ensemble des enregistrements primés au Canada en 1993. Le nombre d'enregistrements primés d'artistes étrangers est proportionnel au nombre d'enregistrements diffusés. Ils constituent 78 p. 100 des disques d'or, 77 p. 100 des disques de platine et 71 p. 100 des disques double platine.

8.2 RÉPARTITION SELON LE GENRE MUSICAL

Le tableau 11 présente le nombre moyen d'enregistrements diffusés et indique le pourcentage représenté par chaque genre musical pour la période de 1988 à 1992, d'après les données de Statistique Canada. Comme on peut le voir, la musique populaire, la musique du palmarès (40 premières places), la musique classique et la musique country sont les quatre principaux genres. Au cours de la période visée, l'importance de la musique classique a augmenté, vu la popularité croissante du CD, tandis qu'on a enregistré un recul en ce qui concerne les enregistrements de jazz.

**Tableau 11 : Répartition selon le genre musical
(moyenne pour 1988-1992)**

Moyenne sur 5 ans

Nouveaux enregistrements	
- à contenu canadien	640
Ventilation en pourcentage :	
Adulte-populaire	22
40 premières places du palmarès/rock	30
Musique classique	11
Jazz	4
Country	15
Musique pour enfants	6
Autres	12
Nouveaux enregistrements	
- sans contenu canadien	3 850
Ventilation en pourcentage :	
Adulte-populaire	18
40 premières places du palmarès/rock	45
Musique classique	14
Jazz	12
Country	6
Musique pour enfants	1
Autres	11
Nouveaux enregistrements - total	4 490
Ventilation en pourcentage :	
Adulte-populaire	17
40 premières places du palmarès/rock	40
Musique classique	14
Jazz	11
Country	7
Musique pour enfants	2
Autres	11

Source : Publication 87-202 de Statistique Canada.

Seulement 14 p. 100 des nouveaux enregistrements diffusés au cours de cette période étaient à contenu canadien.

Le tableau 17 de l'annexe A regroupe les nouveaux enregistrements par genre musical, d'après les données de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement. La musique populaire, la musique rock et la musique classique demeurent les principaux segments.

8.3 RÉPARTITION SELON LA NATIONALITÉ DES CAPITAUX MAJORITAIRES

Le tableau 12 présente la répartition des nouveaux enregistrements selon la nationalité des capitaux majoritaires des producteurs de disques, pour la période de 1988 à 1992. Il en ressort que, pour la période visée, les producteurs de disques sous contrôle canadien ont continué à dominer le secteur de la diffusion d'enregistrements d'artistes canadiens. Alors qu'en 1988, ils ont diffusé trois fois plus d'enregistrements d'artistes canadiens que les maisons sous contrôle étranger, cette proportion a atteint 3,5 fois en 1992. Rappelons toutefois qu'il faut interpréter ces données avec prudence étant donné les doutes qui existent quant au champ d'observation du sondage pour cette période.

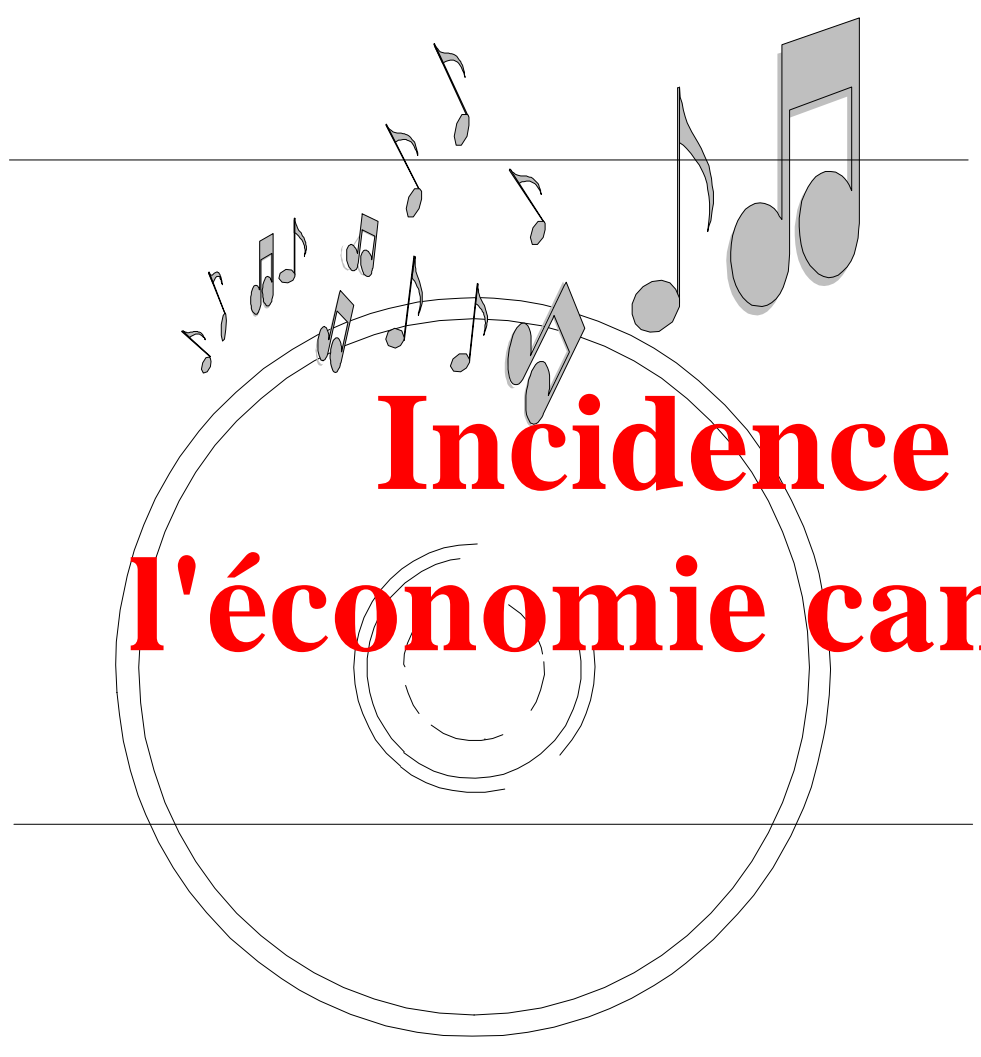
Tableau 12 : Répartition selon la nationalité des capitaux majoritaires (1988-1992)

	87-88	88-89	89-90	90-91	91-92	Croissance sur 5 ans
Producteurs de disques canadiens						
Nouveaux enreg. à contenu can.	313	319	456	439	835	167
Nouveaux enreg. sans contenu can.	432	503	499	525	827	91
Total des nouveaux enregistrements	745	822	955	964	1 662	123
Producteurs de disques étrangers						
Nouveaux enreg. à contenu can.	108	140	159	179	245	127
Nouveaux enreg. sans contenu can.	2 030	1 991	3 325	3 522	5 576	175
Total des nouveaux enregistrements	2 138	2 131	3 484	3 701	5 821	172
Total						
Nouveaux enreg. à contenu can.	421	459	615	618	1 080	156
Nouveaux enreg. sans contenu can.	2 462	2 494	3 824	4 047	6 403	160
Total des nouveaux enregistrements	2 883	2 953	4 439	4 665	7 483	160

Source : Publication 87-202 de SC et traitement spécial pour Ernst & Young.

Entre 1988 et 1992, le nombre de nouveaux enregistrements d'artistes canadiens diffusés par les maisons sous contrôle étranger est passé de 108 à 245. Mais cette augmentation de 127 p. 100 demeure inférieure à celle de 175 p. 100 pour les nouveaux enregistrements d'artistes étrangers diffusés au Canada par les producteurs de disques sous contrôle étranger.

L'accroissement considérable du nombre de nouveaux enregistrements entre 1990-1991 et 1991-1992 s'explique en partie par le fait que Statistique Canada a redéfini au cours de cette période ce qui constitue un nouvel enregistrement. Les chiffres d'une même colonne du tableau peuvent donc se comparer entre eux, mais il est risqué de comparer les rangées entre elles.

A graphic illustration featuring a horizontal line at the top and another at the bottom. Between these lines, a series of musical notes of various sizes and styles are arranged in an upward-curving path from left to right. Below the notes, a large, faint outline of a CD or vinyl record is visible, with concentric circles representing the grooves. The text is centered over this graphic.

**Incidence sur
l'économie canadien**

9.0 INCIDENCE SUR L'ÉCONOMIE CANADIENNE

Aux chapitres 5 et 6, nous avons discuté en profondeur de l'incidence de certains aspects de l'industrie de l'enregistrement sonore. Celle-ci influence les recettes et l'emploi sur le marché intérieur. En outre, les entrées et les sorties de fonds influent sur l'économie canadienne. Signalons enfin que l'industrie verse des taxes et des impôts et qu'elle procure des biens et des services qui sont eux-mêmes sources de recettes fiscales considérables. Nous abordons dans ce chapitre ces deux sujets.

9.1 TAXES ET IMPÔTS

Les enregistrements sonores sont assujettis à la taxe sur les produits et services de même qu'aux taxes de vente provinciales. Les billets de concerts sont aussi assujettis aux taxes de consommation, au même titre que la musique écrite et les produits dérivés vendus aux concerts. En supposant l'application d'un taux d'imposition de 15 p. 100 sur la valeur de ventes au détail de 1,1 milliard de dollars de ces articles, on obtient des recettes fiscales de l'ordre de 165 millions de dollars. (Il se peut aussi que d'autres montants soient prélevés, comme des taxes spéciales prélevées sur les billets afin de financer la dette sur les installations, lesquels montants ne sont pas inclus dans ces chiffres.) Il y a aussi des taxes à la consommation qui s'appliquent aux instruments de musique ainsi qu'aux lecteurs de CD et de cassettes et au matériel connexe. Nous n'avons pas inclus ces articles dans l'étude car nous n'avons pas les moyens voulus pour déterminer aisément le volume des ventes au détail. Le taux des taxes de vente varie selon la province, l'Alberta étant probablement la province qui impose le taux le plus bas et l'Ontario (où la taxe de divertissement atteint 10 p. 100), celle où le taux est le plus élevé.

Les taxes à la consommation payées sur les activités de l'industrie de l'enregistrement sonore au Québec s'élèvent à environ 40 millions de dollars.

À ces taxes de consommation, il faut ajouter l'impôt sur le revenu et l'impôt sur les sociétés, dont la plus grande partie proviendrait des grands producteurs de disques, de Columbia House et des

commerces de détail. Si l'on suppose des bénéfices totaux équivalant à 10 p. 100 des ventes d'enregistrements et des recettes de concerts (1 040 millions de dollars en 1993) et un taux d'imposition moyen de 35 p. 100, on obtient un montant d'impôt sur le revenu des sociétés de quelque 35 millions de dollars.

L'impôt sur le revenu des particuliers n'est vraisemblablement pas considérable. Relativement peu de membres de l'industrie sont assez bien rémunérés pour payer beaucoup d'impôt.

Le montant des impôts versés par l'industrie aux paliers fédéral et provincial s'élèverait donc, au bas mot, à quelque 200 millions de dollars, ce qui représente un rendement intéressant, compte tenu des sommes que ces paliers de gouvernement investissent dans l'industrie.

9.2 ENTRÉES ET SORTIES DE FONDS

Le tableau 13 présente la valeur estimative des fonds qui entrent au Canada et à ceux qui en sortent dans le secteur de l'enregistrement musical. Les tableaux 7 et 8 fournissent plus de précisions sur les hypothèses utilisées dans le calcul de ces données.

**Tableau 13 : Entrées et sorties de fonds dans le secteur de l'enregistrement sonore
(en millions de \$)**

	Sorties de fonds	Entrées de fonds
Droits de location	127	100
Spectacles	59	50
Droits de reproduction mécanique	35	35
Droits d'exécution	33	19
Produits finis	10	3
Musique en feuilles	10	1
Produits dérivés	14	7
Dividendes	32	0
Total	317	215⁴

Comme ce tableau le révèle, l'industrie procure des recettes d'environ 317 millions de dollars à des entreprises étrangères et attire au Canada la somme de 215 millions de dollars.

Les sorties de fonds sont associées surtout aux droits versés à des sociétés affiliées étrangères pour la location et la reproduction de produits de leur répertoire. Les autres principales sorties de fonds sont liées aux concerts, aux droits (de reproduction mécanique et d'exécution) et aux spectacles.

Les spectacles et les droits sont aussi les principales sources d'entrées de recettes. Signalons que le montant estimatif de 35 millions de dollars en droits de reproduction mécanique qui entre au pays inclut également les redevances versées aux artistes canadiens sur les ventes mondiales de leurs enregistrements.

Une grande partie des recettes provenant de l'étranger va à un très petit groupe de compositeurs, paroliers et d'interprètes. Il suffirait qu'une vingtaine d'autres artistes canadiens jouissent d'une réputation comparable à l'étranger, ce qui n'est pas impossible, pour que ces recettes augmentent considérablement, soit probablement d'au moins 50 p. 100.

⁴ Voir Tableau 8.

A graphic illustration featuring a horizontal line at the top. Below it, a series of musical notes of varying sizes and styles (quarter, eighth, and sixteenth notes) are arranged in a curved path. Below the notes is a stylized vinyl record with concentric circles. The text is overlaid on the record.

**Situation de
l'industrie canadienne
de l'enregistrement sonore**

10.0 SITUATION DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'ENREGISTREMENT SONORE

L'intérêt du présent rapport réside principalement dans nos estimations de la taille et de la segmentation de l'industrie canadienne, que nous avons présentées dans les chapitres antérieurs. Outre ces estimations, nous avons fait certaines constatations au sujet de la situation de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore dans un contexte général. Signalons que ces comparaisons, surtout dans le deuxième cas, pourraient en soi constituer une importante étude. On sait, par exemple, que des études comparatives internationales peuvent coûter plusieurs centaines de milliers de dollars. Les priorités budgétaires qu'il fallait respecter dans la présente étude ont restreint les efforts qui pourraient être consacrés à l'examen de la scène internationale.

Le présent chapitre vise à situer l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore par rapport aux autres industries culturelles du Canada, d'une part, par rapport à l'industrie de l'enregistrement sonore de pays étrangers, d'autre part.

10.1 SITUATION DE L'INDUSTRIE PAR RAPPORT AUX AUTRES SECTEURS CULTURELS

Production

La relation entre le producteur de disques et l'artiste est au coeur de l'industrie de l'enregistrement sonore. Semblable à la relation qui existe, dans le domaine littéraire, entre la maison d'édition et l'auteur, et, au cinéma, entre le réalisateur et l'acteur, elle détermine en grande partie les activités des promoteurs de concerts, des fabricants, des détaillants, des distributeurs et des autres segments de l'industrie de l'enregistrement sonore.

Le tableau 14, établi à partir de données de Statistique Canada, situe les producteurs de disques canadiens par rapport aux autres secteurs culturels. Comme les chiffres le révèlent, les sociétés

d'enregistrement ont connu une assez forte croissance de leurs recettes entre 1987 et 1991, bien que, comme nous l'avons déjà signalé, on puisse jusqu'à un certain point mettre en doute l'exactitude et l'importance de cette croissance. De tous les secteurs énumérés, seuls ceux des quotidiens et des grossistes de vidéocassettes ont connu une croissance supérieure au cours de cette période. Ces chiffres s'expliquent en large partie par le fait qu'une technologie nouvelle, à savoir celle du disque compact numérique, a sensiblement progressé au cours de la période en question. Les consommateurs ont essentiellement converti leur collection d'albums analogiques en une collection de CD numériques. De plus, le prix des CD a diminué au cours de cette période⁵.

Tableau 14 : Recettes provenant des ventes (en millions de \$, 1987-1991) de certaines industries culturelles

	1987	1988	1989	1990	1991	Croissance sur 5 ans
Quotidiens	1 065	2 283	2 522	2 599	2 612	145
Vidéocassettes (au gros)	134	165	212	274	318	137
Enregistrements sonores	390	468	562	647	716	84
Distribution de films	408	524	534	709	744	82
Télédistribution	767	871	990	1 154	1 357	77
Radio et télévision (SRC)	190	237	254	290	334	76
Réalisation de films	419	518	629	584	704	68
Postproduction de films	168	206	228	261	261	55
Livres	1 000	1 143	1 222	1 296	1 526	53
Exploitation de films	403	480	499	564	582	44
Stations de télévision privées	1 008	1 066	1 188	1 276	1 365	35
Stations de radio	623	663	724	770	780	25
Périodiques	724	775	862	903	884	22

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels relatifs aux industries culturelles. Statistique Canada, janvier 1993.

Le tableau 15 reflète cette conclusion. C'est en effet pour la catégorie des *lecteurs de disques compacts* qu'on a enregistré, ces dernières années, le taux de croissance le plus rapide dans le domaine du matériel audiovisuel domestique. Un tableau que nous avons présentée au chapitre 4 révélait en

⁵ Comme on peut le voir au tableau 5, le prix de gros des CD est tombé de 12,70 \$ en 1988 à 11,70 \$ en 1992 (AICE) ou de 14,20 \$ en 1987-1988 à 11,90 \$ en 1991-1992 (Statistique Canada), malgré l'inflation enregistrée au cours de cette période.

effet que les ventes de CD au Canada étaient passées, entre 1985 et 1992, de zéro à 304 millions de dollars.

Tableau 15 : Matériel audiovisuel domestique - Taux de pénétration des ménages
(pourcentage des ménages)

	1988	1989	1990	1991	1992	1994	Croissance sur 5/6 ans
Lecteurs de disques compacts	8	12	15	21	27	41	513
Camescopes	3	na	6	na	10	14	467
Ordinateurs domestiques	13	na	16	19	20	26	200
Magnétoscopes à cassettes	52	59	66	69	152	79	152
Magnétophones	70	68	67	73	73	na	4
Câble (télévision)	69	71	71	71	71	74	7
Téléviseurs couleurs	95	96	97	97	98	na	3
Téléphones	98	99	99	98	99	99	0
Radios	99	99	99	99	99	99	0

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels relatifs aux industries culturelles, Statistique Canada, janvier 1993.

Malgré la forte progression des CD et des lecteurs de CD, le taux de pénétration des lecteurs de CD dans les ménages n'est qu'environ 41 p. 100 en 1994. Ce pourcentage est bien inférieur au taux de pénétration d'appareils comme les lecteurs de vidéocassettes et les magnétophones, et n'équivaut qu'à 40 p. 100 du taux relevé pour les téléviseurs et les téléphones. C'est ce potentiel inexploité qui a constitué un obstacle pour les nouvelles technologies de reproduction de la musique telles les cassettes compactes numériques et les bandes audionumériques. Comme l'a fait observer un détaillant important : «le CD demeure la technologie de pointe sur le marché. La plupart des gens ne se rendent pas compte qu'il existe depuis 10 ans. Peu importe, pour eux, le CD est encore nouveau. Il est encore beaucoup trop tôt pour lancer un nouveau support.» Un autre détaillant affirme : «Dans nos magasins, les clients demandaient davantage de cartouches à huit pistes que de mini-disques ou de cassettes compactes numériques». Les CD semblent donc présenter un potentiel de croissance encore important, à condition que le public continue à acheter des lecteurs de CD et que les appareils qui acceptent les nouveaux supports demeurent relativement coûteux.

Le tableau 16 confirme qu'entre 1987 et 1991, l'industrie de l'enregistrement a affiché un bon rendement par rapport au volume de production des autres industries culturelles. Au cours de cette période, le nombre de nouveaux enregistrements diffusés a augmenté de 47 p. 100, tandis que le volume de production de films a progressé de 32 p. 100, celui de l'édition de livres, de 22 p. 100 et celui de l'édition de périodiques, de 13 p. 100. Signalons également qu'au cours de cette période, la production de vidéos, incluse dans la catégorie de la production cinématographique, a aussi augmenté de façon considérable, soit de 107 p. 100. Ces chiffres confirment la croissance remarquable qu'a connue récemment l'industrie de l'enregistrement sonore.

Tableau 16 : Volume de production (1987-1991) de certaines industries culturelles

	1987	1988	1989	1990	1991	Croissance sur 5 ans
Nouveaux albums	3 182	2 883	2 953	4 439	4 665	47
Adulte-populaire	356	491	556	923	740	108
40 premières places du palmarès	1 452	956	1 135	1 890	2 334	61
Musique classique	325	303	373	683	399	23
Jazz	384	562	255	244	256	(33)
Musique country	253	234	222	257	371	47
Musique pour enfants	63	47	37	30	70	11
Films produits	13 343	16 040	18 802	17 181	17 634	32
Publicité télévisuelle	3 733	4 065	4 366	4 728	3 619	(3)
Vidéos	105	92	80	157	217	107
Films < 30 min	6 380	6 069	6 939	6 511	7 210	13
Films de 30 à 74 min	1 430	3 222	3 865	3 363	4 970	248
N ^{bre} de livres publiés	6 677	6 847	7 617	8 358	8 126	22
N ^{bre} de quotidiens publiés	116	119	107	107	108	(7)
N ^{bre} de périodiques publiés	1 329	1 440	1 530	1 493	1 503	13

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels relatifs aux industries culturelles, Statistique Canada, janvier 1993.

Les chiffres du tableau 14 sont intéressants parce qu'ils révèlent que les recettes de ventes de l'industrie de l'enregistrement sonore ressemblent à celles de l'industrie du film. On pourrait donc s'attendre à ce que le gouvernement fédéral appuie à peu près au même degré les deux industries. De même, le tableau 16 révèle qu'en 1991, les producteurs de disques ont diffusé près de 5 000 enregistrements (et 7 500 l'année suivante) alors que 8 000 livres et 1 500 périodiques ont été édités et 18 000 films réalisés (dont seulement 7 500 environ duraient plus d'une demi-heure). Encore une

fois, ces chiffres semblent indiquer que les trois industries culturelles devraient recevoir des pouvoirs publics un soutien financier identique ou, à tout le moins, du même ordre.

Soutien des pouvoirs publics

Pourtant, comme le révèle le tableau 17, c'est loin d'être le cas. En effet, en 1992, l'industrie de la réalisation cinématographique a reçu 260 millions de dollars d'aide du gouvernement fédéral, soit plus de 35 fois le montant, de 7 millions de dollars, qu'ont reçu les producteurs de disques. De même, le secteur des arts littéraires a reçu 217 millions de dollars en aide fédérale, soit 30 fois plus que les producteurs de disques, même s'il a généré des recettes qui n'étaient que le triple environ de celles de l'enregistrement sonore.

**Tableau 17: Dépenses fédérales dans certains secteurs culturels
(en millions de \$, 1988-1992)**

	1988	1989	1990	1991	1992
Radiodiffusion	1 235	1 319	1 429	1 456	1 464
Films et vidéos	201	233	254	255	262
Arts littéraires	286	283	274	235	217
Parcs naturels	167	183	185	179	173
Musées	210	213	101	161	172
Arts de la scène	93	107	122	110	121
Parcs et lieux historiques	55	58	64	77	69
Bibliothèque nationale	36	36	39	40	40
Enregistrement sonore	5	6	6	5	7
Dépenses totales	2 609	2 746	2 887	2 889	2 880

Source : Dépenses publiques au chapitre de la culture, Statistique Canada, 87-206, 1991-1992.

Il est même possible que le montant de 7 millions de dollars signalé précédemment soit exagéré. Selon des chiffres du Patrimoine canadien, le budget pour 1993-1994 du Programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore (y compris les montants destinés à FACTOR, à MUSICACTION et au Conseil des Arts du Canada) est de l'ordre de 4,45 millions de dollars. La somme restante de 2,6 millions de dollars proviendrait en partie du Programme d'initiatives culturelles, bien qu'il soit difficile de préciser le montant qui s'applique directement à l'industrie de l'enregistrement sonore.

Le tableau 21 de l'annexe montre le déséquilibre qui existe sur le plan du financement au palier fédéral. L'industrie de l'enregistrement sonore correspond à environ un quart de 1 p. 100 du total des dépenses culturelles fédérales en 1992. La situation est semblable à l'échelon provincial (voir le tableau 22), les dépenses provinciales au chapitre de l'enregistrement sonore étant également minimales.

La raison de ces écarts considérables sur le plan du financement n'est pas claire. Il faudrait, selon nous, approfondir cette question.

Bien que le montant relatif de l'aide financière accordée soit très faible, il faut signaler que les fonds qui ont effectivement été versés ont été très salutaires à l'industrie, comme nous le verrons dans les paragraphes suivants.

Rôle de FACTOR MUSICACTION CANADA

Ce sont CHUM Limited, Moffat Communications et Rogers Broadcasting qui, de concert avec la CIRPA et la CMPA, ont fondé en 1982 FACTOR (Foundation to Assist Canadian Talent on Records). En 1985, Standard Broadcasting a fusionné sa Canadian Talent Library à FACTOR qui, la même année, s'est joint à MUSICACTION, son pendant francophone, pour former FACTOR MUSICACTION CANADA (FMC).

FACTOR

FACTOR a un effectif permanent de sept personnes et compte, à l'échelle du pays, sept sociétés affiliées régionales, dont le personnel est composé d'agents à temps partiel chargés de coordonner les évaluations. La Fondation est guidée par un conseil consultatif national, où sont représentées des associations de l'industrie de la musique des provinces de l'Atlantique et de l'Ouest.

De 1986 à 1991, FACTOR a reçu 3,7 millions de dollars dans le cadre du Programme fédéral d'aide au développement de l'enregistrement sonore (PADES). En 1991, des dispositions ont été prises en vue d'une contribution financière permanente de la part du gouvernement. De 1982 à 1993, le budget

annuel de FACTOR est passé de 200 000 \$ à 4 millions de dollars, pour un total de quelque 23 millions de dollars au cours de cette période. Le gouvernement fédéral a fourni 64 p. 100 de cette somme, le secteur privé, 30 p. 100, tandis que le solde a consisté en des remboursements de prêts.

FACTOR appuie l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore de diverses façons. La Fondation verse un montant maximal de 65 000 \$, ou 50 p. 100 du budget admissible, à des sociétés d'enregistrement qui ont fait leurs preuves, jusqu'à concurrence de 200 000 \$ par an. En 1992-1993, elle a financé 21 demandeurs appartenant à cette catégorie. Dans le cas des organisations dont le réseau de distribution est acceptable mais dont la compétence est moins reconnue, la Fondation assume jusqu'à 50 p. 100 du budget, sans toutefois dépasser la somme de 25 000 \$. En 1992-1993, elle a accordé 56 prêts dans cette catégorie. Elle administre également d'autres programmes dans le cadre desquels elle fait des contributions d'envergure réduite : des subventions maximales de 1 500 \$ pour la production de bandes démo (186 artistes ont ainsi été financés); des subventions d'un montant maximal de 750 \$ à l'intention des éditeurs ou des auteurs en vue de la réalisation de chansons sur des bandes démo (20 demandes approuvées); des subventions maximales de 2 500 \$ en vue de la réalisation d'un CD de compilation pour les artistes qui ne jouissent pas d'un réseau de distribution national (32 demandes approuvées); des subventions qui peuvent atteindre 3 000 \$ à l'intention des réalisateurs de bandes de démonstration présentant de nouveaux artistes (financement de 20 bandes de démonstration); subventions destinées à des vidéos, à des tournées et des émissions de radio souscrite.

Depuis sa création, FACTOR a engagé 13,7 millions de dollars dans la production d'enregistrements sonores canadiens qui ont été distribués à l'échelle nationale. Les enregistrements financés ont généré des ventes de 167 millions de dollars à l'échelle mondiale. Parmi les nombreux interprètes de renom que FACTOR a appuyés, signalons k.d. lang, Alannah Myles, la Rankin Family, Blue Rodeo, Rita MacNeil, Sarah McLachlan, Michelle Wright, Loreena McKennitt, Cowboy Junkies et le Holly Cole Trio. Un certain nombre de projets que FACTOR a appuyés ont connu un succès retentissant. Un enregistrement a par exemple été vendu à plus de un million d'exemplaires, cinq, à plus de 200 000 exemplaires et 23, à plus de 50 000 exemplaires. Ces succès sont indéniables, surtout quand on sait que, dans une large mesure, les fonds versés par FACTOR constituent des capitaux d'amorçage

permettant aux producteurs de lancer des artistes qui, après avoir réussi, arrivent à un point où les filiales de multinationales se font concurrence pour financer leurs projets.

MUSICACTION

MUSICACTION finance de 50 à 60 enregistrements par an (non compris les enregistrements simples). Ce niveau de participation est demeuré relativement stable depuis le début du programme. Initialement, MUSICACTION finançait jusqu'à 80 p. 100 des nouvelles productions locales, bien que, avec la multiplication de celles-ci, la proportion soit tombée à 25 p. 100. (Voir le tableau Q6 de l'annexe B, qui est basé sur une compilation manuelle faite par l'ADISQ de tous les enregistrements déclarés par les producteurs de disques. Les chiffres réels seraient plus élevés.) Au Gala de l'ADISQ de 1993, 246 enregistrements québécois ont été reconnus. Le nombre total d'enregistrements venant du Québec est plus élevé si l'on inclut les compilations et les enregistrements antérieurs.

MUSICACTION absorbe jusqu'à 50 p. 100 du coût de production total, sa contribution ne dépassant toutefois pas 50 000 \$. Ces dernières années, les budgets de production ont augmenté considérablement. Généralement, les coûts de production d'un enregistrement de calibre mondial dépassent 125 000 \$. Le financement prend la forme de prêts et non pas de subventions. Un prêt est remis si les ventes ne suffisent pas à le rembourser en deux ans. À l'heure actuelle, MUSICACTION finance environ 40 p. 100 du total des coûts de production déclarés.

Comme le révèle le tableau Q4 des annexes, le coût de production des enregistrements varie grandement. Les enregistrements dont les coûts de production sont inférieurs à 40 000 \$ sont ordinairement ceux de musique classique, de jazz, d'autres types de musique instrumentale et de projets divers, non compris les frais de production d'un clip. La catégorie des projets dont les coûts de production dépassent 80 000 \$ inclut les enregistrements de musique rock et populaire, généralement d'artistes reconnus, encore une fois non compris les frais de production d'un clip. La catégorie intermédiaire, soit celle des projets qui coûtent entre 40 000 \$ et 80 000 \$, englobe les enregistrements de toutes les formes de musique.

MUSICACTION finance également la production de vidéos, jusqu'à concurrence de 50 p. 100 du total des coûts. Une contribution maximale de 75 000 \$ sera accordée pour un projet musical qui peut inclure un enregistrement sonore (jusqu'à concurrence de 50 000 \$) et un maximum de trois clips (coût maximum implicite du projet : 150 000 \$). Plusieurs productions de calibre mondial financées par MUSICACTION ont coûté plus de 150 000 \$ et ont souvent comporté plus de trois vidéos.

En 1993, MUSICACTION a reçu 560 000 \$ en remboursements de prêts étant donné que des projets d'enregistrements qu'elle avait déjà financés ont commencé à générer des droits. Cette somme représente 40 p. 100 des prêts que MUSICACTION a accordés cette année-là à divers projets. MUSICACTION a également reçu 2,6 millions de dollars du gouvernement fédéral, non compris les programmes de subventions qui ont récemment été transférés. La portion fédérale correspond à 52 p. 100 du budget total : environ 30 p. 100 vient des stations de radio et 20 p. 100, des remboursements de prêts au moyen de redevances sur les enregistrements.

La société MUSICACTION joue un rôle important en assurant le financement initial qui manque à la plupart des producteurs de disques indépendants. En fournissant un capital de risque, elle permet à un grand nombre de producteurs de disques de mieux faire face à leurs problèmes de trésorerie. MUSICACTION permet aux producteurs de disques indépendants de réaliser des produits de qualité qui répondent à la demande intérieure d'enregistrements de chansons en français ou dans une autre langue, ainsi que de musique instrumentale.

Selon des représentants de l'industrie, l'aide du gouvernement et les contributions des radiodiffuseurs à MUSICACTION et à FACTOR sont indispensables à la survie de ce secteur canadien de l'économie. Cette observation vaut surtout au Québec, où le secteur, qui est complètement intégré (de la création et de la production jusqu'à la distribution et la vente au détail), occupe plus de 30 p. 100 du marché, sans compter la part des grands producteurs de disques. MUSICACTION finance la grande majorité des enregistrements québécois de musique rock et populaire ainsi qu'une portion appréciable des enregistrements de jazz et de musique classique réalisés au Québec.

Bien que FACTOR MUSICACTION CANADA jouisse en général d'un fort appui dans toute l'industrie, certains organismes, comme la Guilde des musiciens du Québec et l'Union des artistes,

aimeraient voir les artistes, musiciens et autres créateurs recevoir plus d'aide par l'intermédiaire de leurs organisations professionnelles plutôt que de MUSICACTION.

Contrôle étranger

On ne peut examiner aucune industrie culturelle du Canada, sans reconnaître qu'elle doit invariablement lutter pour survivre à l'ombre de la plus grande source de produits culturels du monde. Qu'il s'agisse d'édition de livres ou de périodiques, de musique, de cinéma ou de télévision, le fait est que le marché canadien est inondé d'une abondance de produits américains qu'appuient de puissantes machines de commercialisation.

L'enregistrement sonore est une des industries canadiennes dont les recettes sont le plus largement contrôlées par l'étranger. Comme le révèle le tableau 18, en 1991, 83 p. 100 des recettes totales de l'industrie sont allées à des sociétés sous contrôle étranger. Cette proportion est sensiblement plus élevée que pour la distribution de films et l'édition de livres, secteurs également réputés pour leur degré élevé de mainmise étrangère. Le document consulté ne renfermait pas de chiffres pour le secteur de la réalisation cinématographique.

Tableau 18 : Contrôle étranger de certaines industries culturelles

(pourcentage du total des recettes de l'industrie, 1987-1991)

	1987	1988	1989	1990	1991
Production d'enregistrements	88	82	84	85	83
Distribution de films	60	61	56	58	50
Édition de livres	44	42	42	41	41
Édition de périodiques	6	6	5	5	5
Radiodiffusion	0	0	0	0	0

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels relatifs aux industries culturelles, Statistique Canada, janvier 1993.

Le degré élevé de mainmise étrangère a des conséquences stratégiques pour tous les secteurs culturels, notamment le secteur de l'enregistrement sonore. Les sociétés canadiennes, ayant une faible part du marché, sont beaucoup plus petites que leurs pendants sous contrôle étranger et, par conséquent, ont plus de difficultés à financer des projets à risques. En outre, en raison de leur petite

taille, les maisons canadiennes n'ont pas pu se doter de leur propre réseau de distribution, source de bénéfices supplémentaires. Les maisons du Québec ont mieux réussi sur ce dernier plan.

Bien qu'il ne soit pas propre au Canada, comme nous le verrons dans la partie suivante, ce défi touche sans doute particulièrement les Canadiens.

10.2 L'INDUSTRIE CANADIENNE DANS UN CONTEXTE INTERNATIONAL

Dans cette partie, nous examinerons brièvement l'industrie canadienne dans un contexte international, en nous attardant à un certain nombre d'aspects : compétitivité internationale, établissement des prix, pénétration du matériel, ventes (en unités et en dollars) et domination des marchés intérieurs.

Compétitivité

Parmi les théories d'avant-garde sur la compétitivité internationale, il faut ranger les observations de Michael Porter et son «losange de l'avantage national». D'après cette théorie, il y a quatre groupes de facteurs liés à la compétitivité : les conditions liées aux facteurs de production (main-d'oeuvre, capitaux, infrastructure); les conditions liées à la demande (degré de raffinement de la demande sur le marché intérieur); les aspects liés aux industries de soutien (l'existence d'industries de fournisseurs compétitifs sur le marché international); les aspects liés aux stratégies des entreprises (organisation des sociétés, degré de rivalité entre compétiteurs domestiques). Les entreprises et les pays qui présentent des caractéristiques solides sur ces quatre plans pourront soutenir la concurrence internationale, tandis que ceux qui présentent des lacunes modérées sur quelques-uns de ces plans seront moins susceptibles à long terme de faire face à la concurrence internationale.

Porter s'est servi de son cadre d'analyse en losange pour faire un certain nombre d'observations au sujet de la compétitivité. À notre avis, certaines de ces observations s'appliquent tout particulièrement à l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore.

- Pour demeurer compétitives, les sociétés doivent adopter des stratégies mondiales, vendre des produits et services à l'échelle internationale, sous leur propre marque de commerce et par l'entremise des circuits de distribution qu'elles contrôlent. Or, l'idée d'adopter des stratégies mondiales et de maximiser le contrôle exercé sur son destin est contraire aux pratiques de l'industrie canadienne de la musique. À quelques exceptions près, cette dernière peut en effet être considérée comme composée, d'une part, de filiales dominantes qui vendent un produit importé, et d'autre part, de petites entreprises indépendantes qui vendent par l'entremise de circuits de distribution qu'elles ne contrôlent pas (sauf au Québec); ni les unes, ni les autres n'ont une approche systématique en matière de commercialisation des exportations.
- Les fournisseurs et les utilisateurs d'un même milieu peuvent interagir et s'influencer. Cette situation peut aboutir notamment à une "grappe" d'industries efficaces et liées entre elles. Il arrive aussi parfois que des fournisseurs se lancent dans une industrie qu'ils approvisionnaient jusque-là, ou que des acheteurs pénètrent l'industrie d'un fournisseur. Il existe une interaction considérable entre les diverses composantes de l'industrie canadienne de la musique et aussi passablement de chevauchements, par exemple : les producteurs de disques s'occupent d'édition et d'activités de studio, les interprètes sont souvent des auteurs, les promoteurs de concerts s'occupent fréquemment des produits dérivés, tandis que les réalisateurs peuvent être alignés sur des producteurs de disques. Souvent, les relations entre ces secteurs sont particulièrement étroites au Québec, ce qui contribue à la compétitivité de l'industrie québécoise.
- La présidente met en évidence un aspect qui constitue à la fois un paradoxe et une lacune pour l'industrie canadienne de la musique. Lorsqu'il acquiert une renommée, l'artiste canadien est souvent incité à passer au producteur de disques américain. Il se peut alors que l'infrastructure qui appuie l'artiste (par ex., studios, réalisateur, ingénieur acousticien)

glisse aussi vers les États-Unis. Il semblerait que ce «glissement de l'infrastructure» se produise même dans les cas où le contrat conclu avec l'artiste n'a pas été cédé à la société mère. Il se peut, par exemple, que l'artiste ou le producteur de disques conseille d'utiliser, pour l'enregistrement suivant, un réalisateur étranger donné, ou encore des studios ou des conseillers juridiques ou comptables étrangers. Bien que cette situation puisse favoriser la carrière de l'artiste, elle nuit à l'infrastructure de l'industrie; il se peut même, en définitive, que l'artiste vive dans un autre pays. Cette tendance n'augure rien de bon pour la compétitivité générale de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore.

- Selon Porter : «les nations sont concurrentielles dans des activités que les gens admirent et qui donnent naissance aux héros nationaux.» Comme elle est largement psychologique, cette dimension est difficile à évaluer. Un grand nombre des artistes et des industries culturelles du Canada ont dû surmonter l'obstacle de l'infériorité apparente. La commercialisation et la promotion jouent un rôle crucial, bien que largement non mesuré, pour l'établissement des valeurs et des préférences des consommateurs de tout âge. C'est le cas notamment des produits culturels, dont les critères de qualité sont souvent plus flous que, par exemple, dans l'industrie automobile. Au Canada, un grand nombre de nos vedettes de la musique ne sont pas vraiment des vedettes canadiennes; en effet, beaucoup ont dû quitter le Canada pour se faire une renommée internationale avant d'obtenir la reconnaissance de leurs compatriotes. Comme dans bien des cas, cela s'applique davantage aux provinces autres que le Québec, où un grand nombre des vedettes de la musique sont, en effet, des artistes québécois francophones.
- «Les sociétés doivent rechercher la pression et le défi. Elles doivent viser l'excellence, s'approvisionner auprès des fournisseurs de pointe, traiter les employés comme des travailleurs permanents pour stimuler le perfectionnement des compétences, étudier les concurrents les plus habiles, sonder les nouveaux acheteurs, associer des gens de l'extérieur à leurs cadres, entretenir des relations avec des centres de recherche et d'expertise, et exploiter les possibilités de regroupement d'entreprises.» Nos entrevues semblent indiquer que les compétences en gestion et en commercialisation sont superficielles dans l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore surtout parce que les entreprises indépendantes sont

petites et manquent de ressources financières. Il s'agit probablement là d'un domaine qu'il faudrait chercher à améliorer, peut-être en cernant les «pratiques exemplaires» qui existent effectivement au sein de l'industrie canadienne et en tentant d'élargir leur application.

Le *World Competitiveness Report* (rapport mondial sur la compétitivité), publication annuelle, analyse les conditions qui, dans différents pays, favorisent ou entravent la compétitivité intérieure et mondiale des entreprises. Le rapport, qui porte sur 371 critères distincts, est une des études les plus complètes de la compétitivité relative des pays industrialisés. Les critères sont basés sur des données concrètes, obtenues auprès d'organisations internationales, et sur des données estimatives provenant de sondages effectués auprès de cadres supérieurs qui participent à la prise de décisions courantes dans les divers pays. Bien que les données présentent les lacunes habituelles (écarts entre les définitions, divergences dans les techniques de collecte de l'information, données périmées), elles révèlent à notre avis un contraste intéressant entre le Canada, les États-Unis et la France. Nous avons choisi 19 critères qui intéressent jusqu'à un certain point l'industrie de l'enregistrement sonore et les avons groupés dans le tableau 19. Ils touchent notamment :

- la diversification du pays et sa vocation exportatrice;
- l'importance des réseaux d'investissement direct que le pays a établis;
- l'esprit d'entreprise qui existe dans le pays;
- la vision à long terme adoptée par le milieu des affaires;
- les caractéristiques du pays sur les plans de la R-D et du développement de produits (dans ce cas, la mise en valeur des artistes et du répertoire);
- l'attitude et la motivation des gens.

À noter qu'il n'est pas tenu compte explicitement des différences de taux de change dans ces facteurs car ce sont ces derniers qui, à long terme, déterminent le taux de change et non l'inverse. De temps à autre, un pays peut jouir d'un avantage concurrentiel temporaire en raison d'une chute soudaine de son taux de change, mais, s'il n'est pas vraiment compétitif, il perd cet avantage du fait que ses coûts montent plus rapidement, ou que sa productivité augmente plus lentement, que ceux de ses rivaux.

En ayant recours à la méthode très rudimentaire de l'addition des diverses cotes, on constate une différence appréciable entre les trois pays.

Les facteurs particulièrement importants sont le rôle de l'investissement direct à l'étranger, la diversification des exportations, l'esprit d'entreprise, le drainage d'experts et les dépenses au chapitre de la R-D (qui, dans le contexte de l'enregistrement sonore, peuvent être considérées comme les budgets d'A-R). Sur chacun de ces plans, les États-Unis jouissent d'un avantage considérable. Du point de vue strictement commercial, ces aspects figurent parmi les caractéristiques les plus importantes d'une industrie prospère et active à l'échelle internationale.

Tableau 19 : Classement du Canada et des États-Unis par rapport à divers facteurs de compétitivité

(classements en 1993, parmi 23 pays industrialisés)

Critères	Canada	États-Unis	France
Classement global	11	2	12
Caractéristiques de la valeur ajoutée	13	2	7
Exportations de produits et services	18	5	6
Diversification des exportations	22	4	5
Investissement direct à l'étranger	9	1	5
Infrastructure du milieu des affaires	4	1	10
Esprit d'entreprise	9	1	8
Vision à long terme des cadres	21	11	13
Expérience internationale des cadres	14	22	11
Développement de produits	14	10	7
Dépenses au chapitre de la R-D	20	8	6
Dépenses au chapitre de la R-D des entreprises	17	13	12
Disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée	11	10	9
Drainage d'experts	16	2	4
Scolarité	6	13	12
Formation dans l'entreprise	22	16	13
Attitude des jeunes	11	21	10
Motivation des travailleurs	11	4	14
Dépenses au chapitre des loisirs	5	3	8
Total	254	149	172

Source : World Competitiveness Report, 1993.

Il est intéressant de constater que la France se classe à mi-chemin entre le Canada et les États-Unis. On pourrait donc être porté à conclure que les artistes francophones du Canada ont une meilleure chance de réussir sur le marché français que leurs compatriotes anglophones sur le marché américain.

Signalons qu'il est difficile de définir la créativité artistique dans un «cadre de compétitivité». On peut par exemple faire une comparaison intéressante entre l'industrie canadienne et l'industrie britannique

sur le plan du *nombre d'entreprises indépendantes* D'après le dernier sondage annuel auprès de l'industrie, le Canada compte environ 200 sociétés indépendantes. Le Royaume-Uni, dont la population est un peu plus du double de celle du Canada et dont la densité démographique est plus élevée, compte sept fois plus de sociétés indépendantes (quelque 1 500 d'après Eurostaf). Ce facteur influence vraisemblablement le nombre d'artistes britanniques qui réussissent à l'échelle internationale. Comme le révèle le tableau 21, des artistes britanniques occupaient, en 1993, 21 des 100 premières places du palmarès canadien. Durant une année exceptionnelle, les artistes canadiens occuperaient peut-être cinq des 100 premières places du palmarès britannique.

Bien que les critères de compétitivité énumérés ci-dessus ne soient peut-être pas parfaitement adaptés au milieu artistique, même les meilleurs talents ne peuvent contourner la nécessité de percer sur le marché et d'avoir accès aux circuits de distribution internationaux, pour ne mentionner que ces facteurs commerciaux. Ce sont précisément ces critères que nous avons tenté de présenter dans le tableau précédent.

Établissement des prix

D'après les statistiques sur les prix à la consommation, l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore est compétitive et relativement efficiente. Suivant la structure générale de l'industrie canadienne, exception faite du Québec, les grandes sociétés distribuent des CD et des cassettes en leur nom et au nom des producteurs de disques indépendants. La structure de l'entreposage et de la distribution semble passablement efficiente, tout comme celle du secteur de la fabrication. Les deux principaux fabricants de CD, Cinram et Disque Améric, sont concurrentiels et actifs sur les marchés de l'exportation et dans le domaine du développement de produits et de procédés.

Cette efficience produit une structure de prix tout à fait compétitive à l'échelle internationale, comme le révèle le tableau 20 de l'annexe. Selon des données recueillies pour une importante étude réalisée récemment sur l'industrie australienne, les prix de gros exigés au Canada pour des disques compacts se situent au troisième rang parmi les plus faibles au monde; seuls les États-Unis et la Nouvelle-Zélande nous devancent, et de peu. En France, en Allemagne, au Japon et en Italie, par

contre, les prix de gros sont très élevés. L'évolution des taux de change peut modifier ces prix relatifs, mais ceux-ci étaient valides au moment de la rédaction du rapport.

Bien que nous n'ayons pas recueilli de données sur les prix de détail, l'information anecdotique dont nous disposons semble indiquer que l'avantage relatif dont le Canada jouit sur le plan des prix s'applique également dans ce cas et qu'il est même encore plus grand au niveau du commerce de détail. Un certain nombre d'importantes organisations canadiennes de vente au détail doivent non seulement se faire concurrence les unes les autres mais aussi affronter la concurrence de grandes sociétés régionales. Il semblerait que les prix de vente au détail de CD, au Royaume-Uni et dans d'autres pays d'Europe, soient parfois presque le double de ceux qui sont pratiqués au Canada.

Pénétration du matériel

Comme le révélait un tableau antérieur, environ 41 p. 100 des ménages canadiens ont acheté un lecteur de CD⁶. Nous avons déjà conclu que, par rapport à d'autres produits audiovisuels domestiques comme les magnétoscopes à cassette, il existe encore, pour la technologie du disque compact, un potentiel inexploité considérable.

Comme l'indiquent les données comparatives ci-dessous applicables à 1992, le Canada accuse un certain recul sur les autres pays industrialisés en ce qui concerne l'adoption de lecteurs de disques compacts.

⁶ Selon Statistique Canada, le taux de pénétration aurait atteint 33 p. 100 en 1993 et 41 p. 100 en 1994.

Tableau 20 : Pénétration des lecteurs de disques compacts, 1992

Pays	Pénétration des lecteurs de CD (pourcentage des ménages)
Pays-Bas	75
Suisse	50
Royaume-Uni	45
Japon	45
Allemagne	44
France	38
Australie	34
États-Unis	31
Canada	27
Italie	14

Source : IFPI Review, 1993.

Parmi les pays énumérés, le Canada se classe à l'avant-dernier rang pour son taux de pénétration des lecteurs de CD, loin derrière des pays comme les Pays-Bas (où le CD a été inventé), le Japon, la Suisse et le Royaume-Uni. Compte tenu de la corrélation entre l'achat de lecteurs de CD et l'achat de disques compacts, le faible niveau de pénétration semble indiquer qu'il existe au Canada un fort potentiel de ventes inexploité.

Signalons que la consommation de CD est fonction tant de la pénétration du matériel que du prix des disques compacts. D'après notre analyse, par exemple, même si, au Canada, le taux de pénétration du matériel est inférieur à celui de la plupart des autres pays, le taux de pénétration des CD y est plus élevé que celui des autres supports phonographiques. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), la segmentation (quant aux recettes) du marché de l'enregistrement musical de la Communauté européenne, par catégorie de produits, était, en 1991, la suivante : enregistrements simples : 15 p. 100; 33 tours : 10 p. 100; cassettes : 32 p. 100; CD : 43 p. 100. Or, d'après les données de l'AICE pour 1991, la segmentation du marché canadien était la suivante : disques noirs (y compris les enregistrement simples) : 1 p. 100; cassettes : 39 p. 100; CD : 60 p. 100⁷. Autrement dit, le marché canadien a délaissé davantage les 33 tours et est moins axé sur les enregistrements

⁷ Cette comparaison n'est pas exacte étant donné qu'il existe, sur le marché européen, des enregistrements simples sur support CD. Toutefois, il y en a vraisemblablement peu.

simples. Le fait que le Canada soit davantage tourné vers les CD est probablement attribuable en partie aux prix inférieurs des CD pratiqués sur le marché canadien.

Volume des ventes en unités et en dollars

Comme le révèle le tableau 21], le nombre d'unités d'enregistrements sonores vendues par habitant va de 1,8 en France à 2,8 aux États-Unis. Le Canada se classe en deuxième place, avec 2,7 unités par habitant.

Tableau 21 : Volume des ventes en unités et en dollars de certains pays

	Unités vendues (n ^{bre} /habitant)	Montant en dollars (\$/habitant)
États-Unis	2,8	33
Canada	2,7	25
Allemagne	2,6	42
Royaume-Uni	2,5	38
Japon	2,1	34
France	1,8	29

Source : Toutes les données sauf celles qui portent sur le Canada sont tirées du Hoare Govett UK Investment Report.

Nota : Les données sur le nombre d'unités vendues sont celles de 1991, sauf dans le cas du Canada, pour lequel les données sont de 1993. Les données sur les ventes s'appliquent à 1992, sauf dans le cas du Canada, pour lequel elles portent sur 1993. Les dollars canadiens ont été convertis en dollars US au taux de 0,80 \$.

Lorsqu'on mesure les dépenses par habitant en dollars, on constate que le Canada se classe en dernière place. Cela tient à ce que les prix de vente sont plus faibles au Canada.

Domination des marchés intérieurs

Les tableaux 22 et 23, qui indiquent certains classements *parmi les 100 premières places* du palmarès, donnent une idée de l'importance des artistes sur divers marchés. L'aspect sans doute le plus révélateur est la place des artistes sur leur propre marché.

Comme le montre le tableau 22, les artistes américains dominent largement les marchés canadien et américain. Ils tendent à occuper entre 70 et 80 places du palmarès sur leur marché et environ la moitié des *100 premières places* du palmarès au Canada. Les artistes canadiens, quant à eux, occupent quelques-unes des *100 premières places* du palmarès américain et une quinzaine de places au palmarès canadien.

Il est très difficile de déterminer le nombre d'artistes canadiens francophones qui décrochent une des *100 premières places* au palmarès canadien. La principale publication pour les Canadiens anglophones, c'est-à-dire *The Record*, ne renferme pas de liste des artistes francophones, tandis que la principale publication pour les Canadiens francophones, *Radio Activité*, présente des listes distinctes pour les artistes anglophones et les artistes francophones, mais non pas une liste mixte des artistes dont les enregistrements sont les plus vendus ou les plus diffusés à la radio. En nous fondant sur notre propre analyse de la situation, nous estimons que de trois à six artistes francophones se retrouveraient à l'une des *100 premières places* d'un palmarès pancanadien de fin d'année. Cela situerait entre 18 et 21 le nombre total d'artistes canadiens occupant une des *100 premières places* au palmarès canadien au cours d'une année donnée.

Tableau 22 : Nationalité des artistes occupant une des 100 premières places du palmarès au Canada et aux États-Unis

Pays d'origine de l'artiste	100 premières places du palmarès (anglophone) du Canada			100 premières places du palmarès américain		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993
États-Unis	52	55	48	76	77	73
Canada	18	17	15	0	2	3
R.-U. (y compris l'Irlande)	13	17	21	11	14	16
Australie	3	1	1	2	0	1
Autres pays d'Europe	6	2	2	5	0	0
Autres	8	8	13	6	7	7
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Billboard pour les données américaines; *The Record* pour les données canadiennes.

Nota : La catégorie «Autres» inclut les albums regroupant divers artistes. On ne dispose pas de données comparables pour les disques du Québec.

Il suffit de comparer le classement des artistes canadiens avec celui de certains artistes européens (tableau 23) pour constater que le marché canadien est de loin le moins accueillant pour ses artistes. Alors que les artistes canadiens occupent une quinzaine de places parmi les 100 premières places de leur palmarès, les chiffres correspondants pour le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne sont respectivement de 54, 59⁸ et 27. Les Français appuieraient donc près de quatre fois plus leurs artistes que les Canadiens n'appuient les leurs, les Britanniques, de trois à quatre fois plus, et les Allemands, deux fois plus.

Dans ces trois pays européens, les artistes nationaux semblent s'imposer sur leur marché intérieur principalement aux dépens des artistes américains. En effet, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne, les artistes américains n'occupent respectivement que 15, 34 et 30 des *100 premières places* du palmarès, contre de 70 à 80 places dans leur pays et de 50 à 60 places au palmarès canadien.

Tableau 23 : Nationalité des artistes figurant à l'une des 100 premières places du palmarès en Europe⁹

	100 premières places du palmarès au R.-U.	100 premières places du palmarès en France	100 premières places du palmarès en Allemagne
Pays de l'artiste			
R.-U. (y compris l'Irlande)	54	23	26
États-Unis	34	15	30

⁸ Vers le milieu des années 1980, la France a autorisé des stations de radio «libres». Jusque-là, seules des stations d'État étaient autorisées. Ce changement s'est accompagné d'un accroissement de la présence des artistes anglophones au palmarès français. Il semblerait donc que la moyenne de 59, qui porte sur la période allant de 1978 à 1988, soit un peu forte par rapport à la situation en 1993.

⁹ Nota : les données sur la France constituent une moyenne pour la période de 1978 à 1988. Les données sur l'Allemagne sont pour 1991 et celles sur le Royaume-Uni pour 1990. Les données sont tirées d'une étude de 1993 sur les marchés européens de l'enregistrement sonore. On ne dispose pas de données comparables pour les disques du Québec.

Allemagne	1	0	27
France	1	59	-
Canada	1	0	1
Australie	3	1	2
Italie	2	0	0
Autres	4	2	14
Total	100	100	100

Nota : Les données sur la France constituent une moyenne pour la période de 1978 à 1988. Les données sur l'Allemagne s'appliquent à 1991. Celles qui intéressent le R.-U. sont pour 1990. Les chiffres proviennent d'une étude de 1993 sur les marchés européens de l'enregistrement sonore.

Signalons que malgré la forte présence des artistes français sur leur marché intérieur, le gouvernement français a récemment jugé nécessaire d'exiger très strictement, à compter de 1996, un contenu français de 40 p. 100 à la radio.

Ces comparaisons établissent un contexte intéressant, bien que simplifié, dans lequel le gouvernement fédéral et le CRTC peuvent formuler leur engagement à mettre en valeur les talents canadiens.

Malgré l'appui relativement faible dont ils jouissent sur le marché intérieur, un nombre impressionnant d'artistes canadiens réussissent à percer sur le marché international.

Lorsque nous mettons la dernière main à ce rapport, Bryan Adams occupait la première place du palmarès d'une douzaine de pays d'Europe. De plus, un certain nombre d'artistes canadiens réalisent des ventes importantes sur le marché américain, comme le révèle le tableau suivant.

Tableau 24 : Ventes réalisées aux États-Unis par certains artistes canadiens

Artistes	Enregistrement	Ventes aux É.-U. (en milliers d'unités)
Rush	17th Album	520
BareNaked Ladies	Gordon	100
Céline Dion	Colour of My Love	450
Holly Cole Trio	Don't Smoke in Bed	70
Crash Test Dummies	God Shuffled His Feet	83
k.d. lang	Ingenué	1 300
k.d. lang	Even Cowgirls	178
Snow	12 Inches of Snow	1 300
Bryan Adams	So Far So Good	1 200

Source : Billboard.

Souvent, ces volumes de ventes dépassent ceux qui sont réalisés sur le marché canadien. Par exemple, l'album «Ingenue», de k.d. lang, s'est vendu au Canada à 207 000 exemplaires, et l'album de Rush, à 105 000 exemplaires. Ces chiffres montrent bien l'importance de pénétrer les marchés d'exportation.



Le Québec

Une industrie distincte

11.0 LE QUÉBEC - UNE INDUSTRIE DISTINCTE

Dans les 10 chapitres précédents, nous avons fréquemment évoqué le caractère distinctif du marché québécois. De même, il a souvent été question de la taille, de la segmentation et d'autres aspects de ce marché.

Dans le présent chapitre, nous examinerons de plus près certaines caractéristiques propres au marché et à l'industrie du Québec. L'industrie québécoise de l'enregistrement sonore se distingue sous plusieurs rapports importants. Si l'on compare la situation du Québec à celle des autres provinces, on constate que les sociétés sous contrôle canadien réalisent dans cette province un chiffre de ventes beaucoup plus élevé, que ce chiffre a crû sensiblement depuis une dizaine d'années et que la proportion des enregistrements d'artistes locaux que ces sociétés réalisent est plus grande. Ce sont là quelques-unes des caractéristiques distinctives abordées dans les pages qui suivent.

Comme nous l'avons vu dans les chapitres antérieurs, les filiales de multinationales dominent le marché canadien et accaparent presque toute la distribution d'enregistrements au Canada. Dans toutes les provinces, sauf le Québec, les producteurs de disques indépendants utilisent ordinairement le circuit de distribution des filiales multinationales pour vendre leurs produits au Canada.

L'emprise des grandes sociétés sur le réseau de distribution laisse peu de choix aux producteurs de disques indépendants : ils doivent normalement conclure un contrat de distribution avec une des grandes maisons pour vendre leurs produits sur le marché intérieur et les exporter. Certains artistes qui font affaire avec des producteurs de disques indépendants finissent par conclure un contrat d'enregistrement avec une multinationale et, grâce au réseau de distribution international, acquièrent une renommée mondiale. Plusieurs artistes et producteurs de disques du Québec suivent le même cheminement.

Toutefois, au Québec, de nombreux facteurs importants comme la langue, le caractère distinctif de la culture et la petitesse relative du marché, s'opposent naturellement à la pénétration des produits étrangers et ont rendu ce marché moins attrayant pour les grands producteurs de disques.

(Récemment, ceux-ci ont montré un regain d'intérêt pour le Québec : Polygram a ouvert un bureau au Québec au début de 1995.) De plus, la réglementation de la radiodiffusion, l'intégration verticale et horizontale progressive de l'industrie intérieure et l'établissement d'un réseau international solide ont permis à l'industrie québécoise de se créer un créneau en marge du marché nord-américain.

Il est indispensable d'avoir accès à un réseau de distribution intérieur pour trouver des débouchés sur le marché francophone mondial, qui regroupe (plus ou moins) 100 millions d'acheteurs d'enregistrements. De nos jours, une proportion considérable des produits étrangers en français sont diffusés au Canada dans le cadre d'ententes entre producteurs de disques indépendants, puis fabriqués et distribués par des sociétés québécoises. De même, les enregistrements de plusieurs artistes québécois sont distribués en Europe aux termes de marchés conclus entre producteurs de disques, plutôt que par l'entremise des filiales nationales des grandes sociétés.

Tableau 25 : Ventes intérieures d'enregistrements au Québec, 1993

(sauf indication contraire, tous les chiffres sont en millions)

	N ^{bre} de CD	Cassettes	Total (unités)	Ventes au détail
Ventes estimatives totales	11,8	8,5	20,3	225 \$
Ventes sous contrôle québécois	3	2,5	5,6	70 \$
Proportion des ventes sous contrôle québécois	25 %	29 %	28 %	31 %

Source : Entrevues.

Comme le révèle le tableau 25, environ 11,8 millions de CD et 8,5 millions de cassettes ont été vendus en 1993 au Québec. La valeur des ventes au détail a atteint environ 225 millions de dollars (tableau Q1)¹⁰. Presque tous ces enregistrements viennent des six grands producteurs de disques. Toutefois, ce qu'on pourrait appeler «l'industrie québécoise de propriété québécoise» a aussi créé, réalisé et distribué une part considérable de ces enregistrements. En effet, comme l'indique le tableau

¹⁰ Cette estimation est basée sur une part de la population et sur l'hypothèse selon laquelle les Québécois ont les mêmes habitudes d'achat d'enregistrements que les Canadiens des autres provinces.

Q5, ce segment a produit environ 3 millions de CD et 2,5 millions de cassettes, et généré des ventes au détail de l'ordre de 75 millions de dollars.

Comme nous l'avons vu au chapitre 5, la présence des producteurs de disques indépendants du Québec sur le marché québécois est relativement plus importante que celle des producteurs de disques indépendants dans le reste du Canada. Les données des tableaux 2 Q1 et Q2 montrent que les producteurs de disques indépendants du Québec détiennent 33 p. 100 du marché provincial des ventes au détail, soit environ 75 millions de dollars sur 225 millions, tandis que, dans les autres provinces, les producteurs de disques indépendants accaparent 10 p. 100 du marché intérieur hors Québec, soit environ 60 millions de dollars sur 700 millions. Autrement dit, la part du marché qui revient aux entreprises québécoises est plus de trois fois supérieure à la part des autres producteurs de disques indépendants canadiens dans le reste du pays. Cette part de 33 p. 100 est aussi trois fois plus élevée qu'il y a 10 ans, lorsque les multinationales jouaient un rôle plus important dans la province.

Plusieurs facteurs expliquent cette situation avantageuse (par rapport au reste du Canada), comme nous le verrons ci-après.

Intégration horizontale de l'industrie

La plupart des producteurs de disques sont en grande partie intégrés horizontalement, axés sur l'artiste et de petite taille. Il se peut que les mêmes sociétés - ou des sociétés étroitement liées - gèrent la carrière de l'artiste, produisent et commercialisent ses spectacles, réalisent la bande maîtresse, possèdent parfois un studio et administrent la compagnie de production de disques.

Au haut de l'échelle, au Québec, quatre organismes importants s'occupent de ces diverses activités horizontalement intégrées. Elles organisent de grands festivals, gèrent des spectacles et des tournées, coordonnent la production d'enregistrements musicaux et se chargent d'activités connexes telles que la production télévisuelle.

Intégration verticale de l'industrie

En outre, l'industrie québécoise est verticalement intégrée. Un enregistrement de musique populaire ou rock produit au Québec suivra ordinairement un cheminement type comprenant les activités suivantes :

- prêt de capitaux de production par MUSICACTION à un des 25 producteurs de disques indépendants (parmi les 60 producteurs d'enregistrements membres de l'ADISQ);
- fabrication du CD par Disque Améric et des cassettes, par deux grandes usines de reproduction (Disques RSB et Audiobec);
- distribution de l'enregistrement par Sélect (qui détient, selon les estimations, 60 p. 100 du marché de distribution intérieur du Québec et possède en outre certains commerces de détail), Musicor ou un distributeur de moindre importance;
- exercice de la plupart des fonctions de grossiste-étalagiste par Trans-Canada, un important grossiste-étalagiste qui approvisionne ses propres magasins et, en exclusivité, d'autres points de vente au Québec. Outre les produits venant du répertoire des grands producteurs de disques, Trans-Canada fournit aux détaillants jusqu'à 35 p. 100 des enregistrements produits au Québec.

Intégration de l'industrie au monde québécois du spectacle

On peut très difficilement considérer l'industrie québécoise de l'enregistrement sonore comme un sous-secteur autonome de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. Il est plus exact de se la représenter en tant qu'élément de l'industrie québécoise du spectacle dont le produit principal est l'artiste plutôt que ses chansons. La promotion se fait au moyen d'activités d'enregistrement sonore étroitement associées à des tournées dans des salles québécoises, à des festivals québécois et autres spectacles en plein air, à la diffusion des chansons à la radio et à la participation d'artistes à des émissions de télévision (émissions-causeries, spectacles de variétés, vidéos, émissions dramatiques et comédies).

Les Québécois ont toujours été très attachés à leurs artistes. L'industrie québécoise du spectacle s'est donné les outils nécessaires pour tirer parti de cet attachement et créer un vedettariat québécois

solide. Les preuves abondent. Chaque année, par exemple, à la télévision, plusieurs grands galas de la chanson atteignent de nouveaux records de cotes d'écoute. L'activité artistique fait aussi l'objet de reportages relativement nombreux dans les journaux, dans les tabloïds et à la radio. Les artistes se font les porte-parole de causes humanitaires et se produisent lors de manifestations de charité bien en vue. Plusieurs éditeurs de publications sur les vedettes se livrent une vive concurrence.

Cette structure assure, sur le marché québécois, un cycle de vie parfaitement intégré pour les chansons, les spectacles et les enregistrements d'un artiste :

- les grands festivals, Musique Plus et des stations de radio servent à lancer des produits (artistes ou enregistrements) et à mousser les ventes d'enregistrements et de billets;
- des spectacles, présentés à Montréal et en tournée dans la province, rapportent des sommes considérables au tandem gérant-artiste. Il existe au Québec une importante infrastructure de salles de 100 à 1 700 places;
- les artistes se produisent occasionnellement dans des salles plus grandes (plus de 3 000 places);
- à la fin du cycle de vie de l'enregistrement ou du spectacle, il se peut que le spectacle soit présenté dans un certain nombre des 10 grands festivals d'été et 200 festivals d'été régionaux fort courus de la province. Ces festivals, ordinairement financés au moyen de capitaux privés, offrent à l'artiste une autre occasion d'accroître sensiblement ses revenus et d'élargir son public;
- certains spectacles seront diffusés à la télévision, généralement après les tournées et quelques mois avant le lancement du prochain enregistrement ou de la prochaine série de spectacles.

De cette manière, lorsque commence la série de spectacles à Montréal et (ou) la tournée, l'artiste peut être vu par un large public à la télévision, comme invité à des émissions-causeries et lors de lancements d'enregistrements. Certains artistes, même, animent des galas à la télévision, jouent dans des séries télévisées populaires ou animent leur propre émission de radio. D'autres tâtent à la fois de la musique populaire, de l'humour et du théâtre, et élargissent ainsi leur auditoire. Ces diverses activités sont ordinairement gérées par les mêmes personnes ou par une société dans laquelle les artistes ont des intérêts.

Enjeux pour l'industrie québécoise

Le prochain chapitre aborde des questions jugées particulièrement importantes pour l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore à l'heure actuelle.

Dans les paragraphes suivants, nous étudions ces questions ainsi que d'autres questions d'intérêt particulier pour l'industrie québécoise. En général, les observateurs de l'industrie craignent qu'une révision des quotas de radiodiffusion (65 p. 100 pour le contenu de langue française, 30 p. 100 pour le contenu canadien), une réduction des fonds publics, des décisions réglementaires inopportunes et l'évolution technologique n'affaiblissent considérablement la position commerciale de l'industrie québécoise de l'enregistrement sonore. Les représentants de l'industrie croient que cela favoriserait la distribution de produits étrangers et réduirait le nombre d'artistes québécois ayant la chance d'avoir accès au marché et de se tailler une carrière internationale.

1) L'industrie québécoise de l'enregistrement sonore est sortie du néant du début des années 1980, époque où la plupart des grands producteurs de disques étaient centralisés à Toronto pour leurs fonctions de mise en valeur des artistes et du répertoire, de fabrication et d'administration, et avaient peu d'activités de production au Québec. Le cycle de production allant de la création à la vente au détail, décrit ci-dessus, s'est établi progressivement dans la province, si bien que les maisons sous contrôle intérieur détiennent actuellement environ le tiers du marché provincial.

Bien que ces entreprises soient aujourd'hui mieux établies sur le marché, un grand nombre sont financièrement très précaires. Elles ont un grand besoin de fonds; comme le révèle le tableau Q4 par exemple, le coût moyen d'un enregistrement, pour les projets financés par Musicaction, peut souvent dépasser 100 000 \$. Mais la marge brute demeure mince pour la plupart des producteurs de disques. La situation financière d'un grand nombre d'entre elles ne diffère pas de celle qui est décrite au tableau 19 de l'annexe A. Dans ce contexte (où la situation financière du Canada et du Québec limite le financement du secteur culturel), il est possible que les nombreux changements décrits ci-après ébranlent une industrie qui n'a pas les ressources financières nécessaires pour réagir en conséquence.

2) L'industrie québécoise de l'enregistrement sonore a favorablement accueilli la décision de soustraire les industries culturelles à l'application de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, de l'ALENA et du GATT, puisqu'elle pouvait ainsi préserver, voire améliorer, sa part minoritaire du marché intérieur en conservant certaines protections contre l'entrée de produits étrangers au pays. La décision récente du gouvernement français d'imposer progressivement des

quotas de diffusion en français aux stations de radio, jusqu'à un maximum de 40 p. 100 en janvier 1996, a été encore plus chaudement accueillie. Au cours des 15 dernières années, les réalisateurs et producteurs de disques du Québec ont cultivé des relations étroites avec leurs homologues français, et il semble que les nouveaux quotas pourraient accroître les débouchés sur le marché français, dix fois plus vaste que le marché québécois. Il y a aussi des possibilités intéressantes qui s'offrent aux artistes québécois francophones sur d'autres marchés de langue française.

3) En outre, l'industrie québécoise du disque voit dans l'avènement des nouveaux réseaux de distribution électronique une occasion de préserver ou peut-être même d'étendre sa part du marché, tout dépendant des politiques qui seront mises en oeuvre en matière de propriété, de réglementation et de financement public. Nous étudierons plus à fond cette question au chapitre suivant.

La technologie n'est pas considérée en soi comme une menace. Même si les circuits de distribution de la musique se transforment, les procédés de production ne devraient pas changer de façon radicale. Demain encore, les maisons d'enregistrement devront recruter des artistes prometteurs, créer un répertoire, réaliser des enregistrements dans un studio et, en définitive, produire une bande maîtresse. La conception des produits musicaux exigera les mêmes compétences, même si les supports matériels ou virtuels changent.

On craint toutefois au Québec certaines des conséquences indirecte de l'évolution technologique, notamment :

- un affaiblissement éventuel de la réglementation visant le contenu canadien et le contenu francophone;
- l'incidence que la propriété étrangère des réseaux de distribution pourrait avoir sur le contenu;
- les modalités de paiement en contrepartie de l'utilisation des enregistrements, si l'on s'éloigne des dispositions prévues traditionnellement dans les contrats des producteurs de disques en ce qui concerne les redevances.

Plusieurs membres de l'industrie craignent que la mise en oeuvre de la radio numérique câblodiffusée et d'autres réseaux de distribution sur supports non plastiques ne compromette le rôle important des supports plastiques dans la distribution de la musique. Les usines de CD et de reproduction de cassettes pourraient alors perdre d'importantes parts de marché au profit de producteurs de supports en plastique vierges (surtout des bandes vierges numériques et sans doute de CD à lecture-écriture).

Le contenu des produits en plastique vierges viendrait probablement d'une mémoire informatisée ou d'une base de données centrale.

La propriété de ces réseaux de distribution suscite des craintes particulièrement aiguës au Québec. En effet, les enregistrements en français semblent relativement beaucoup plus nombreux dans les points de vente sous contrôle québécois. La propriété des réseaux de distribution pourrait donc influencer la proportion de produits domestiques diffusés par ces réseaux.

On redoute également les répercussions que la radio numérique câblodiffusée et d'autres moyens de distribution comportant une part considérable de contenu américain pourraient avoir sur l'industrie canadienne traditionnelle de la radio et, indirectement, sur les ventes d'enregistrements canadiens.

La refonte de la *Loi sur le droit d'auteur* est jugée d'une importance capitale, surtout en ce qui concerne les droits voisins. Ces droits pourraient constituer une importante source de recettes pour les producteurs de disques et les artistes. Leur reconnaissance en droit international pourrait signifier que les recettes provenant des droits voisins iraient en majeure partie aux détenteurs étrangers des droits de production. Toutefois, un nombre croissant d'artistes québécois ont acquis une renommée à l'extérieur du Canada, et les recettes qu'ils réalisent sur le marché mondial aideraient à compenser les paiements faits à des étrangers.

4) Le financement public a contribué au succès de l'industrie québécoise de l'enregistrement. Toutefois, comme on peut le voir aux tableaux 21 et Q7, l'appui direct accordé à l'industrie de l'enregistrement sonore au moyen des subventions gouvernementales et des prêts de MUSICACTION est minime par rapport à celui qui est accordé aux autres secteurs de la culture ou de l'industrie.

Ce financement est néanmoins jugé indispensable à la viabilité future de l'industrie. Une compression des fonds destinés à l'industrie de l'enregistrement ou encore aux arts de la scène (dans le cadre, par exemple, des programmes Relance du spectacle, Aide à la diffusion, Soutien aux grands événements) se ferait ressentir dans l'industrie de l'enregistrement du Québec, celle-ci étant bien intégrée à l'industrie québécoise du spectacle.



**Questions et
recommandations**

12.0 ENJEUX ET RECOMMANDATIONS

Le présent chapitre aborde certains des principaux défis qui se présentent à l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, notamment les grandes questions à examiner au cours de la prochaine phase de l'étude.

1) Absence d'une information de qualité

L'absence de données de qualité et uniformes d'une année à l'autre nuit aux intérêts de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. Pour la présente étude, nous avons dû recourir à diverses estimations et règles empiriques. À moins que la situation ne s'améliore, les mêmes difficultés devraient se poser pour toute étude ultérieure de l'industrie.

Les principales lacunes sont les suivantes :

- Le sondage de l'industrie par Statistique Canada ne semble pas être réalisé de manière qu'on puisse se fier à l'analyse détaillée et aux tendances générales de vente qu'il présente. Comme nous l'avons déjà signalé, la responsabilité en incombe tant aux répondants qu'aux responsables du dépouillement. De toute évidence, les filiales de multinationales attachent de l'importance à des données de bonne qualité puisqu'ils paient pour faire eux-mêmes exécuter une enquête et que, par l'entremise d'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, ils consacrent beaucoup de temps et d'efforts à rapprocher les résultats de leur enquête et ceux de Statistique Canada. Signalons également que Statistique Canada a consacré beaucoup d'efforts, récemment, à l'amélioration de ces données. La CIRPA et l'ADISQ s'inquiètent également de la qualité des données sur l'industrie et encouragent leurs membres à répondre aux sondages.
- Les données sur les importations et les exportations laissent également à désirer, surtout parce qu'une part considérable du produit est incluse dans des catégories d'enregistrements sonores non musicaux. L'évolution technologique, qui pourrait bien diminuer le nombre de produits concrets, finira peut-être par supprimer les repères statistiques traditionnels qui servent à

l'évaluation de l'industrie. Il faudra alors s'attacher beaucoup plus à surveiller les versements de droits de toutes sortes. Le plus grand défi qui se posera sous ce rapport consistera peut-être à faire la distinction entre les droits versés à des sociétés et à des particuliers au Canada et ceux qui sont versés à des étrangers. Les données actuelles à cet égard laissent à désirer.

- Les données sur les compositeurs, paroliers, musiciens et interprètes, bien qu'extrêmement détaillées dans certains domaines (comme en témoignent les données de la SOCAN et de la SODRAC présentées au tableau 9) manquent dans d'autres domaines. Le grand problème consiste à déterminer combien d'entre eux tirent de l'industrie une part appréciable de leur revenu. À l'heure actuelle, il est même difficile d'estimer raisonnablement bien le nombre de personnes qui participent de façon courante à l'industrie. Étant donné le roulement assez régulier qui caractérise ce groupe, le sondage occasionnel, certes mieux que rien, ne répond pas vraiment aux besoins. Si elle était bien financée, la Base de données sur l'industrie canadienne de la musique pourrait servir à suivre les artistes, les compositeurs et les paroliers actifs de l'industrie. Elle ne semble pas renfermer de données solides sur les enregistrements québécois, et il faudrait peut-être entreprendre une activité parallèle et coordonnée sous les auspices de l'ADISQ ou d'une autre organisation du Québec.

Pour montrer à quel point la médiocrité des données sur les enregistrements sonores nuit aux intérêts de l'industrie, nous présentons ci-dessous un tableau obtenu grâce à un traitement spécial fait par Statistique Canada sur l'emploi dans certaines industries culturelles.

Un examen de ce tableau permet de comprendre pourquoi le secteur de l'enregistrement ne reçoit annuellement que 7 millions de dollars (voir tableau 21) en fonds publics, alors que la réalisation cinématographique, par exemple, obtient 262 millions de dollars par an. Mais en fait, les chiffres sur l'emploi présentés au tableau 26 sont fort trompeurs. Les chiffres sur le cinéma englobent beaucoup plus d'aspects de l'industrie que les statistiques sur l'industrie de l'enregistrement. Les premiers englobent en effet les entreprises qui s'occupent d'exploitation de salles de cinéma, de réalisation cinématographique, de distribution de films, de vente en gros de vidéocassettes et d'autres aspects. Les chiffres sur l'industrie de l'enregistrement, par contre, n'englobent que l'aspect de la production. Les données induisent par conséquent en erreur : on compare des pommes et des oranges. Il serait

probablement plus juste de dire que l'industrie cinématographique procure 34 000 emplois directs tandis que celle de l'enregistrement sonore en procure environ 16 000. Vue sous cet angle, la répartition de l'aide fédérale semble donc fort inéquitable.

Tableau 26 : Nombre d'emplois directs dans certains secteurs culturels, 1991

Secteur des arts et de la culture	N ^{bre} d'emplois directs (en milliers)
Presse écrite	56
Film	34
Radiodiffusion	40
Enregistrement	4
Arts de la scène	25
Bibliothèques	31
Arts visuels	37

Source : Certains indicateurs économiques, financiers et culturels, Statistique Canada, 1993.

Vu les lacunes que présentent les données, nous conseillons de prendre les mesures suivantes. Premièrement, il faudrait simplifier l'enquête de Statistique Canada et entreprendre un programme pour faire connaître aux répondants les définitions utilisées et leur communiquer l'information voulue. Deuxièmement, avec l'aide financière du Patrimoine canadien, les associations de l'industrie devraient collaborer afin de recueillir des données plus complètes, en particulier dans les domaines où Statistique Canada n'intervient pas. Il faudrait notamment financer davantage la base de données sur l'industrie canadienne de la musique afin d'en tirer le meilleur parti. Il faudrait aussi que Patrimoine Canadien affecte plus de ressources humaines à l'industrie de l'enregistrement sonore étant donné la taille et les besoins relatifs de cette industrie.

2) Sous-financement par rapport aux autres industries culturelles

Comparé à presque tous les autres secteurs culturels, le secteur de l'enregistrement sonore a reçu très peu de fonds publics. Comme le révèlent par exemple les tableaux 21 et 22 de l'annexe, le secteur du film et de la vidéo reçoit environ 37 fois plus d'aide fédérale que celui de l'enregistrement sonore,

tandis que le secteur des arts littéraires reçoit 31 fois plus d'aide financière. On ne sait pas très bien pourquoi les écarts sont si grands.

Il est aussi possible que l'aide fédérale de 7 millions de dollars soit surestimée. Selon Patrimoine canadien, en 1993-1994, le Programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore (comprenant des contributions à FACTOR et MUSICACTION) avait un budget d'environ 4,4 millions de dollars. Cette somme se répartit comme il est indiqué ci-après et inclut le versement de 250 000 \$ au Conseil des Arts du Canada. Le reste, soit 2,6 millions de dollars, vient en partie du Programme d'initiatives culturelles, mais on ne sait pas exactement quelle part de ce montant va directement à l'industrie de l'enregistrement sonore.

Tableau 27 : Budget fédéral pour certains secteurs liés à l'enregistrement sonore, 1993-1994

Composant	Titre	Montant (en milliers de \$)
I	Enregistrement sonore	2 295
II	Vidéos	450
III	Émissions radiophoniques	180
IV	Tournées internationales	405
VI	Marketing international	355
VII	Prospection de la clientèle	295
VIII	Distribution de musique spécialisée	155
Total		4 135

Source : Patrimoine canadien.

Le montant réel de l'aide fédérale annuelle se situe donc entre 4 et 7 millions de dollars.

Le tableau Q7 donne un aperçu de la situation au Québec et révèle que l'industrie de l'enregistrement sonore reçoit une part négligeable du financement provincial du secteur culturel.

Les gouvernements provinciaux n'appuient pas non plus l'industrie de l'enregistrement sonore, comme le révèle le tableau 22 de l'annexe. D'après les chiffres de Statistique Canada, l'industrie a reçu environ deux millions de dollars du provincial, soit proportionnellement beaucoup moins que toute autre industrie culturelle.

Il y a lieu de signaler également que les associations de l'industrie qui représentent les éléments créateurs (interprètes, compositeurs, auteurs, musiciens, etc.) estiment qu'une partie de tout financement public supplémentaire devrait être versée à leurs membres directement, et non indirectement par l'intermédiaire des producteurs.

Il faudrait explorer, au cours des prochaines phases, la question du financement public de l'enregistrement sonore et des autres industries culturelles.

3) Questions en suspens liées à la propriété intellectuelle

Un certain nombre de questions restent en suspens en ce qui a trait au droit d'auteur et aux paiements de redevances; elles devraient constituer un important volet de la deuxième phase de la présente étude.

Deux sources de recettes possibles doivent être prévues dans la législation future du droit d'auteur, soit : d'une part, des recettes provenant de «droits voisins» sur les enregistrements sonores et les spectacles (qui comprendraient les droits de reproduction, les droits d'interprétation et les droits de télécommunication) et, d'autre part, des recettes provenant de l'établissement d'un régime visant à rétribuer l'industrie pour la copie privée de ses produits.

- La *Loi sur le droit d'auteur* confère aux titulaires de droits d'auteur sur des oeuvres littéraires, dramatiques et musicales le droit exclusif d'autoriser certains actes, tels que la reproduction de leurs oeuvres, leur exécution en public et leur transmission au public par télécommunications. Les droits voisins sont les droits particuliers liés au droit d'auteur qui ont fait l'objet d'une codification internationale dans le cadre de la Convention internationale sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion (1961, Convention de Rome). Cette convention définit les droits qui sont voisins du droit d'auteur tels que ceux des interprètes, des producteurs d'enregistrements sonores et des radiodiffuseurs, et établit des normes internationales minimales pour leur protection. En l'absence de législation sur les droits voisins, ni les interprètes, ni les producteurs n'ont le droit légal d'être rémunérés ni pour l'exécution en public ou ni pour la radiodiffusion de leurs enregistrements, et les signaux de radiodiffusion ne bénéficient d'aucune protection.

- La copie privée est l'acte de copier, sans autorisation du titulaire du droit d'auteur, une oeuvre pré-enregistrée sur un support vierge (par ex. audiocassette) à des fins privées. Toute reproduction non autorisée ou copie d'un article protégé par le droit d'auteur constitue une violation du droit d'auteur. Quelque 28 pays (y compris tous les pays du G7, sauf les États-Unis et le Canada) ont établi une forme de régime applicable à la copie privée.

Le gouvernement canadien a annoncé son intention de prendre des mesures à cet égard le plus tôt possible. En décembre 1994, le ministre du Patrimoine canadien a indiqué que les réformes comprendraient l'établissement de droits supplémentaires pour les interprètes, les producteurs et les radiodiffuseurs, droits communément appelés «droits voisins», ainsi que d'un prélèvement au titre de la copie privée afin de rétribuer les créateurs de musique et les producteurs d'enregistrements sonores.

Les droits voisins projetés au niveau de l'enregistrement sonore doivent comprendre des droits exclusifs de «transmission au public par télécommunications». La radiodiffusion d'émissions numériques non contrôlées d'enregistrements sonores, que ce soit par câble ou autrement, associée à des moyens d'enregistrement à domicile de qualité quasi-professionnelle, menace l'existence même de l'industrie. Il est d'une importance cruciale que des moyens efficaces soient mis en place afin de protéger les intérêts de l'industrie avant que ces émissions ne soient autorisées.

Conformément à ces propositions, les interprètes et les producteurs seraient rémunérés pour l'exploitation commerciale de leurs oeuvres (surtout par la radiodiffusion sonore et télévisuelle).

En vertu du régime projeté visant la copie privée, une redevance, sous forme d'un prélèvement, serait perçue auprès des importateurs et des fabricants de supports vierges. L'industrie tient tout particulièrement à ce que le moyen utilisé pour la perception des redevances soit adaptable à l'évolution technologique de sorte qu'il demeure valable même si, par exemple, la copie privée cessait de se faire principalement sur audiocassettes. En d'autres termes, il s'agit de trouver une «solution technologiquement neutre».

Il y a lieu de signaler que la *Loi sur le droit d'auteur* reconnaît, pour des raisons d'intérêt public, certains exceptions limitées permettant l'utilisation d'une oeuvre sans autorisation ni rémunération. Des exceptions existent sous une forme ou une autre dans tous les pays. En vertu des modifications projetées, des exceptions supplémentaires seraient prévues au profit de certains utilisateurs, par exemple : établissements d'enseignement sans but lucratif, bibliothèques, établissements d'archives et musées. Les déficients perceptifs pourraient également faire partie des bénéficiaires.

Une autre question éventuelle en matière de propriété intellectuelle est celle de la location. On sait que ce marché croissant a un effet négatif sur l'achat de nouveaux CD et que les producteurs de disques s'y opposent fermement. Il existe un droit de location, et les maisons de disques ont menacé de poursuivre les locataires de disques. Comme des moyens juridiques sont prévus dans ce cas, il n'est pas nécessaire d'explorer plus à fond ce dossier.

La prochaine phase de l'étude doit absolument englober les droits voisins, des solutions technologiquement neutres au problème de la copie privée et la réglementation de la transmission numérique.

4) Précarité financière des producteurs de disques indépendants du Canada

Notre étude des producteurs de disques comportait une intéressante comparaison (tableau 19) entre les producteurs de disques sous contrôle canadien et les entreprises sous contrôle étranger sous l'angle de la rentabilité et de la vigueur financière. Nous avons notamment constaté que les producteurs de disques sous contrôle étranger étaient dix fois plus rentables (avant impôt) que les producteurs de disques sous contrôle canadien, que leur actif à long terme était 10 fois supérieur et que le surplus d'apport et les bénéfices non répartis y étaient 16 fois supérieurs. Dans ce contexte, il est évidemment très difficile pour les entreprises sous contrôle canadien d'envisager une campagne de marketing d'envergure, la mise en valeur des artistes et du répertoire, le recrutement d'artistes, la formation des cadres ou une planification à long terme.

Manifestement, pour diverses raisons, il est aussi difficile pour les producteurs de disques indépendants de réunir des capitaux autrement qu'en puisant dans leurs propres ressources ou leurs bénéfices non répartis.

Un facteur qui ne fait qu'accentuer ce manque de solidité et de ressources financières est le fait qu'un grand nombre de producteurs de disques indépendants canadiens sont gérés par des personnes qui ne possèdent pas actuellement les compétences en gestion ou en marketing nécessaires pour exploiter à long terme une entreprise rentable. *Il faudrait améliorer ces compétences dans un grand nombre de secteurs de l'industrie.*

Dans une certaine mesure, MUSICACTION et FACTOR ont compensé le manque de ressources financières de l'industrie. MUSICACTION, en particulier, a financé au cours de ses premières années d'activité jusqu'à 80 p. 100 des productions québécoises. Toutefois, bien qu'il soit absolument

nécessaire de poursuivre et d'accroître le financement des deux programmes, ceux-ci ne peuvent pas compenser l'insuffisance de fonds générale dont souffre l'industrie et l'absence d'un producteur de disques canadien rivalisant au pays avec la plus petite multinationale. À cet égard, nous remarquons également que l'Union des artistes et la Guilde des musiciens du Québec aimeraient voir s'accroître les fonds qui leur sont octroyés au profit des artistes, des musiciens, des compositeurs et des paroliers ainsi que des producteurs.

La phase suivante de l'étude devrait viser notamment à définir un moyen d'accroître la taille et la vigueur financière des entreprises d'enregistrement indépendantes. On pourrait, par exemple améliorer les encouragements fiscaux ou recourir à d'autres mécanismes. Il faudrait aussi examiner la nécessité d'améliorer les compétences en gestion de nombreux secteurs de l'industrie.

5) Réglementation du contenu canadien

Depuis 1971, les exigences de contenu canadien ont contribué largement à élargir les débouchés des artistes canadiens sur le marché intérieur. Les radiodiffuseurs et les télédiffuseurs doivent consacrer 30 p. 100 de leur temps d'antenne aux artistes canadiens (sauf pour les radiodiffuseurs spécialisés - de musique classique par ex. -, les stations de musique traditionnelle et d'intérêt spécial, et les stations de musique ethnique, dont les quotas de contenu canadien sont respectivement de 7 p. 100, 10 p. 100 et 7 p. 100. Au Québec, les exigences imposées aux stations sont de 65 p. 100 de teneur francophone et de 30 p. 100 de contenu canadien. Les stations doivent aussi diffuser la musique à contenu canadien uniformément pendant toute la journée et une part appréciable de musique canadienne pendant les périodes où les auditeurs font la navette entre leur domicile et leur travail, le matin et l'après-midi.

Le Canada n'est pas le seul pays à imposer de telles exigences. L'Australie, par exemple, a des quotas locaux variant de 10 à 20 p. 100, tandis que la France a récemment adopté des mesures législatives imposant un quota de 40 p. 100 de contenu français (oeuvres musicales créées ou interprétées par des auteurs et des artistes français ou d'expression française) à compter de 1996.

Vu l'efficacité de ces exigences et leur importance pour les artistes canadiens, de nombreux représentants du milieu s'inquiètent de ce qui semble être un manque de fermeté du CRTC à cet égard. Les progrès technologiques représentent aussi un défi pour la législation relative à la teneur canadienne. L'évolution de l'autoroute de l'information au Canada aura une incidence directe sur l'avenir de l'industrie canadienne de la musique.

Certains membres de l'industrie estiment que la réglementation du contenu canadien est trop généreuse dans la mesure où elle permet aux radiodiffuseurs de respecter les exigences établies en diffusant uniquement des artistes canadiens déjà bien établis. À leur avis, on s'éloigne ainsi de l'engagement à encourager les nouveaux talents canadiens, qui constitue probablement le but premier des exigences : «Je ne crois pas, dit un représentant du milieu, qu'on devrait récompenser les stations qui diffusent de la musique des années 1960 et privent ainsi d'un créneau les nouveaux artistes canadiens.» C'est notamment pour cette raison que la nouvelle réglementation adoptée en France exige qu'au moins la moitié des 40 p. 100 de contenu français soit composée de nouveaux talents.

Il s'agit là d'une question très importante que la deuxième phase de l'étude devrait examiner plus en détail.

6) Progrès technologiques

Nous avons déjà abordé la question des progrès technologiques dans le contexte de la transmission numérique de la musique. Il y a aussi des questions connexes qui sont liées à l'autoroute de l'information et aux répercussions éventuelles de la technologie sur les fournisseurs de produits destinés à cette autoroute. Parmi ces questions, qui devraient toutes être explorées à la deuxième phase, signalons les suivantes :

- La diffusion grand public de musique sur l'autoroute de l'information supplantera-t-elle les circuits traditionnels de vente au détail?
- Comment peut-on réglementer la transmission électronique de la musique de façon à respecter une certaine forme d'engagement envers les artistes canadiens?
- L'autoroute de l'information sera-t-elle dominée par les fournisseurs d'information ou ouverte à tous? Sera-t-elle sous contrôle canadien?
- Quelle incidence le téléchargement direct de musique sur CD, chez les détaillants ou à domicile, peut-il avoir sur l'industrie?
- Comment les redevances seront-elles perçues ou calculées s'il est possible de faire à domicile des enregistrements de qualité de la musique diffusée par radiodiffusion numérique?

- Quelle sera l'incidence de l'inforoute sur l'emploi et les exigences professionnelles dans l'industrie? Un groupe de travail sur les besoins en ressources humaines dans l'industrie de la musique et de l'enregistrement sonore a récemment présenté un rapport à ce sujet.

Certaines questions touchent particulièrement l'industrie du Québec dans un grand nombre de ces secteurs. L'étroite intégration de la production et de la distribution est une des forces de l'industrie québécoise. Alors que la proportion et la visibilité des enregistrements québécois sont à leur plus bas dans les magasins HMV, elles sont plus importantes chez Sam (Montréal) et bien marquées chez Archambault Musique ou Kébec Disques. Si le mécanisme de distribution change et si la propriété québécoise des nouveaux circuits de distribution diminue, la proportion de ventes de produits québécois risque aussi de diminuer.

La technologie nouvelle influence également les besoins de formation au sein de l'industrie. Ceux-ci peuvent maintenant réaliser leurs propres bandes maîtresses numériques au moyen de claviers MIDI, d'échantillonneurs de son et de batteries électroniques. L'intervention des studios se trouve ainsi parfois limitée aux étapes finales de la production. L'artiste et l'ingénieur-acousticien de studio ont maintenant besoin d'une formation pour tirer le maximum du nouvel équipement. Naturellement, cela ne veut pas dire que l'élément humain et le maintien d'étroites relations interpersonnelles n'auront plus leur place dans la création d'enregistrements sonores. Le facteur humain demeurera crucial mais la connaissance de la technologie aura de plus en plus d'importance.

L'impact des technologies nouvelles devrait constituer une part importante de la prochaine phase de l'étude.

7) Comment garder au Canada les artistes de renom

Les artistes canadiens les plus renommés de l'industrie peuvent être tentés de quitter le Canada pour diverses raisons, par exemple pour réduire leurs impôts ou pour être au centre de l'activité de l'industrie. Quoi qu'il en soit, cet exode n'est pas dans l'intérêt du Canada. Les artistes canadiens qui vivent au Canada sont plus susceptibles d'utiliser l'infrastructure canadienne, et leur présence même tend à créer une masse critique de talents. Cette situation n'est pas propre à l'industrie de l'enregistrement sonore. L'exode du talent est considérable dans tous les domaines artistiques.

Nous recommandons de faire enquête sur les moyens d'enrayer cet exode et sur les mécanismes ou politiques à adopter à cet égard. Il pourrait s'agir par exemple, d'un traitement fiscal particulier, comme celui dont bénéficient les artistes de renom qui habitent en Irlande.

8) Commercialisation des exportations

Outre le marché américain (de loin le plus grand du monde) et les autres marchés traditionnels d'Europe, il existe un certain nombre de nouveaux marchés qui offrent d'importants débouchés aux artistes canadiens. On sait, par exemple, que moins de 10 p. 100 de la population mondiale consomme plus des deux tiers des produits musicaux vendus dans le monde. D'ici six ans, on s'attend à voir quintupler les ventes de produits musicaux en Chine, en Corée du Sud, en Inde et en Taïwan, entre autres.

Les compositeurs, artistes et réalisateurs canadiens ainsi que les autres membres de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore ont montré qu'ils pouvaient soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux. Les récompenses financières sont considérables, et les exemples sont encourageants pour ceux qui gravissent les échelons. Pour prospérer, l'industrie canadienne doit manifestement se tourner davantage vers les marchés internationaux. Vu les coûts de production actuels, les possibilités de ventes sur le marché canadien sont insuffisantes pour offrir un bon rendement de l'investissement. Le marché canadien, qui comprend 21 millions de consommateurs anglophones et 7 millions de consommateurs francophones, ne peut pas soutenir une industrie viable d'une envergure raisonnable. Pourtant, l'investissement additionnel requis pour réaliser des ventes à l'exportation pourrait générer des rendements fort élevés. C'est après tout pour cette raison que les grands producteurs de disques prospèrent.

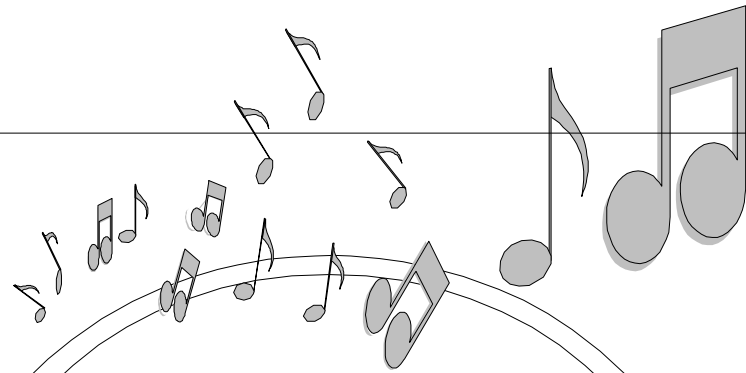
Malgré cet impératif, des obstacles entravent l'accès des artistes canadiens au marché de l'exportation. Les producteurs de disques indépendants tendent à avoir de petits budgets et n'ont guère les moyens d'assurer de façon cohérente le lancement d'artistes canadiens sur le marché international.

Par contre, les filiales des multinationales ont les ressources et les contacts nécessaires pour percer sur le marché international. Certaines ont manifestement été beaucoup plus fructueuses que d'autres. Les raisons qui expliquent cet état de fait ne sont pas parfaitement claires. Nous connaissons

toutefois au moins une multinationale qui a adopté pour stratégie d'acheminer vers sa filiale canadienne une redevance importante pour les ventes mondiales d'enregistrement d'artistes qui font partie de son répertoire canadien, ces ventes étant administrées par ses filiales étrangères. C'est ainsi que la filiale canadienne a acquis la réputation d'ouvrir aux artistes canadiens le marché international. Il lui est donc maintenant plus facile de recruter des artistes canadiens prometteurs. En outre, il est manifestement plus avantageux pour le Canada que ses artistes de renom continuent à utiliser l'infrastructure canadienne pour produire leurs enregistrements.

De plus, plusieurs producteurs de disques québécois ont conclu avec leurs homologues en France des ententes de réciprocité pour la distribution des enregistrements d'artistes inscrits à leurs répertoires respectifs. En 1985, la plupart des artistes français étaient liés par contrat avec des filiales locales des grandes maisons d'enregistrement (signalons que la France compte peu de maisons d'enregistrement indépendantes). La distribution au Canada était alors assurée par les filiales canadiennes de ces multinationales du disque. La situation a progressivement évolué. De plus en plus de marchés ont été conclus directement entre des filiales françaises de grandes sociétés d'enregistrement et des producteurs de disques indépendants du Québec, ce qui permet d'améliorer les ventes. Il pourrait être utile, dans le cadre de la phase suivante de l'étude, d'examiner de près ces dispositions.

Nous recommandons que la prochaine phase de l'étude s'attarde particulièrement aux moyens d'encourager la croissance des exportations.



Annexe A

Tableaux détaillés

Tableau 1:

Recettes estimatives de l'industrie au Canada, 1993 (au niveau du détail ou l'équivalent)¹

Recettes globales et par secteur sur le marché canadien.

	MARCHÉ <u>TOTAL</u> (en millions de \$)	<u>%</u>
Ventes au détail de cassettes et de CD ² (y compris les ventes directes)	925	79
Spectacles	140	12
Droits d'exécution ³	65	5
Produits dérivés	30	3
Musique en feuilles	<u>15</u>	<u>1</u>
TOTAL	1 175	100

1. Tous les chiffres excluent les taxes à la consommation.

2. Comprend un nombre estimatif de 43 millions de CD et 34 millions de cassettes, comme nous le précisons dans le texte. Les chiffres varient selon le volume de ventes directes et l'importance de la marge bénéficiaire brute des détaillants, entre autres.

3. Ce montant s'appuie sur les données réelles de la SOCAN.

Tableau 2:

Part sous contrôle étranger et part sous contrôle canadien du marché canadien, 1993

(au niveau du détail ou l'équivalent)

Part des recettes du marché canadien dont s'emparent les entreprises sous contrôle canadien et les entreprises sous contrôle étranger.

	<u>En millions de \$</u>		<u>Pourcentage</u>	
	<u>CONTRÔLE ÉTRANGER</u>	<u>CONTRÔLE CANADIEN</u>	<u>CONTRÔLE ÉTRANGER</u>	<u>CONTRÔLE CANADIEN</u>
Ventes au détail de cassettes et de CD (y compris les ventes directes)	790	135	86	14
Spectacles	60 ¹	80	43	57
Droits d'exécution ²	33	14	70	30
Produits dérivés	14	16	47	53
Musique en feuilles	<u>13</u>	<u>2</u>	<u>87</u>	<u>13</u>
TOTAL	910	247	79	21

1. Montant estimatif des recettes de concerts canadiens qui revient à des artistes étrangers.

2. Sur le total des redevances, 16 millions de dollars ont servi au remboursement des dépenses. Cette somme n'est pas incluse dans les montants ci-dessus.

Tableau 3:

Partage du segment sous contrôle canadien du marché, 1993 (au niveau du détail ou l'équivalent)

Partage du segment canadien de 222 millions de dollars entre les entreprises contrôlées par le Québec et les entreprises contrôlées par le reste du Canada.

	<u>Millions de \$</u>		<u>Pourcentage</u>	
	CONTRÔLE RESTE DU <u>CANADA</u>	CONTRÔLE <u>QUÉBEC</u>	CONTRÔLE RESTE DU <u>CANADA</u>	CONTRÔLE <u>QUÉBEC</u>
Ventes au détail de cassettes et de CD	60	75	44	56
Spectacles	60	20	75	25
Droits d'exécution	11	2	79	21
Produits dérivés	14	2	87	13
Musique en feuilles	<u>1</u>	<u>< 1</u>	<u>67</u>	<u>33</u>
TOTAL	146	100	60	40

Tableau 4:

Répartition estimative des recettes de l'industrie par type de société, 1993

VENTES AU DÉTAIL	<u>TOTAL</u>	<u>DISQUES COMPACTS</u>			<u>CASSETTES</u>		
		(millions de \$)	unités (millions de \$)	\$/unité	Total (millions de \$)	unités (millions de \$)	\$/unité
Total des ventes au détail	925	43	15,20	650	34	8	272
Ventes directes (par ex., Columbia House)	165	11	12	125	7	6,5	40
Sociétés indépendantes	135	6	16	95	4	8	30
Grandes sociétés	625	26	16	430	23	8,50	195

Source : Estimations basées sur nos discussions avec des producteurs de disques, des associations et d'autres intervenants de l'industrie.

Tableau 5: Part estimative de la teneur canadienne, 1993

	TOTAL	TENEUR	TENEUR	TOTAL	UNITÉS À TENEUR	
	DÉTAIL	CANA- DIENNE ESTIMATIVE	CANA- DIENNE DÉTAIL	UNITÉS	CD	CASSETTES
	(millions de \$)	(%)	(millions de \$)	(millions)	(millions)	(millions)
Total des ventes au détail	925	20	184	77	8,5	6,0
Ventes directes (par ex. Columbia House)	165	5	8	18	0,6	0,4
Sociétés indépendantes	135	90	120	10	5,4	3,6
Grandes sociétés	625	9	56	49	2,5	2,0

Source : Estimations basées sur nos discussions avec des sociétés d'enregistrement, des associations et d'autres intervenants de l'industrie.

Tableau 6 :

Estimations de l'emploi au Canada

Les chiffres correspondent à des emplois en équivalent temps plein. Comme il y a très peu de données utiles publiées dans ce domaine, ces chiffres doivent être considérés comme les meilleures estimations possibles, d'après nos discussions et notre analyse.

	<u>ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN</u>
Producteurs de disques indépendants	400
Filiales de multinationales (y compris les maisons de vente par correspondance)	1 600
Fabricants	2 000
Distributeurs et détaillants	5 000
Interprètes, compositeurs et paroliers	4 500
Studios ¹	300
Travailleurs du spectacle ²	800
Associations	150
Autres (gérants d'artistes, journalistes, réalisateurs, graphistes, etc.) ³	<u>800</u>
Total	environ 16 000

Sources : Les données relatives aux producteurs de disques sont tirées de la publication 87-202 de SC. Celles qui portent sur les fabricants sont basées sur des interviews avec des représentants de sociétés et sur la publication 47-250 de SC. Les données relatives aux détaillants sont basées sur des estimations pour les principaux détaillants. Les données relatives aux interprètes/compositeurs sont les plus difficiles à estimer. Elles sont basées sur des renseignements provenant de répertoires, de bases de données sur l'industrie, de la SOCAN et de la SODRAC.

¹ D'après les répertoires consultés, il y aurait de 160 à 170 studios au Canada. En supposant environ deux employés par studio, cela voudrait dire environ 300 personnes à l'échelle du Canada.

² Nous avons estimé que les «autres dépenses de spectacle» de 25 millions de dollars (voir le tableau 12A) assureraient la rémunération d'environ 800 personnes au salaire moyen de 30 000 \$.

³ Nous supposons qu'ils correspondent à 5 p. 100 du total.

Tableau 7 :

Sorties de fonds

Aperçu des fonds qui sortent du Canada dans le secteur de l'enregistrement musical.

	<u>Millions de \$</u>
Droits de location/redevances ¹	127
Spectacles ²	59
Droits de reproduction mécanique ³	32
Droits d'exécution ⁴	33
Importations de produits finis ⁵	10
Importations de musique en feuilles	10
Produits dérivés	14
Dividendes ⁶	<u>32</u>
	317

¹ Montant estimatif versé par la filiale d'une multinationale à la société étrangère pour la location et l'utilisation de la bande maîtresse. Nous estimons que les droits de location correspondent en moyenne à 30 p. 100 du prix de gros et que 91 p. 100 des ventes des grands producteurs de disques appartiennent à cette catégorie.

² Montant estimatif des recettes de spectacles allant à des prestations étrangères, en admettant que 75 p. 100 des spectacles (du point de vue des recettes) sont étrangers.

³ Montant estimatif des droits de reproduction mécanique que le Canada verse à des auteurs/compositeurs de l'étranger. Montant qu'on estime correspondre à 80 p. 100 du total des droits de reproduction mécanique.

⁴ D'après les états financiers de la SOCAN.

⁵ Coût du produit fini importé au Canada, déclaré par les sociétés d'enregistrement dans le cadre de l'enquête annuelle de Statistique Canada. Ces données sont très incertaines. Nous avons ajouté un montant estimatif pour tenir compte des importations d'autres organismes.

⁶ En admettant que 15 p. 100 des recettes des grandes maisons constituent un bénéfice après impôt et qu'un tiers de ce pourcentage soit versé en dividendes.

Tableau 8 :

Entrées de fonds

Aperçu des fonds qui entrent au Canada dans le secteur de l'enregistrement musical.

	<u>Millions de \$</u>
Droits de location	100
Spectacles	50
Droits versés aux artistes et droits de reproduction mécanique	35
Droits d'exécution	19
Exportations de produits finis	3
Musique de feuilles	1
Produits dérivés	<u>7</u>
	approx. 215

¹ Ces estimations ont été fournies par CIRPA et AICE.

² Ces estimations sont basées sur nos discussions avec des gérants d'artistes et d'autres experts de l'industrie de même que sur des chiffres exacts relatifs à des artistes canadiens de renom.

Tableau 9 :

Estimations détaillées des droits d'exécution, 1993

	<u>AUTEURS</u>		<u>ÉDITEURS²</u>		<u>TOTAL</u>	
	N ^{bre}	milliers de \$	N ^{bre}	milliers de \$	N ^{bre}	milliers de \$
EXÉCUTION AU CANADA¹						
À la radio et en général						
Pour le Québec	2 734	797		747		1 544
le reste du Canada	<u>6 015</u>	<u>2 004</u>		<u>2 004</u>		<u>4 008</u>
tout le Canada	8 752	2 801		2 751		5 552
l'étranger						<u>16 826</u>
TOTAL						22 378
Spectacles						
Pour le Québec	1 532	252		183		435
les autres provinces	<u>2 338</u>	<u>444</u>		<u>444</u>		<u>888</u>
tout le Canada	3 870	696		627		1 323
l'étranger						<u>1 511</u>
TOTAL						2 834
Télévision						
Pour le Québec	1 331	877		592		1 469
le reste du Canada	<u>2 663</u>	<u>2 844</u>		<u>2 844</u>		<u>6 688</u>
tout le Canada	3 994	3 721		3 436		7 157
l'étranger						<u>14 654</u>
TOTAL						21 811
Cinéma						
Pour le Québec	92	-		1		1
le reste du Canada	<u>204</u>	<u>2</u>		<u>1</u>		<u>3</u>
tout le Canada	296	2		2		4
l'étranger						<u>165</u>
TOTAL						169
Total						
Pour le Québec	5 692	1 926		1 523		3 449
le reste du Canada	<u>11 220</u>	<u>5 294</u>		<u>5 293</u>		<u>10 587</u>
tout le Canada	16 912	7 220		6 816		14 036
l'étranger						<u>33 156</u>
TOTAL						47 192
EXÉCUTION À L'ÉTRANGER						
Pour le Québec	1 042	1 746	492	1 039	1 534	2 785
le reste du Canada	<u>2 889</u>	<u>8 107</u>	<u>1 149</u>	<u>2 131</u>	<u>4 038</u>	<u>10 238</u>
tout le Canada	3 931	9 853	1 641	3 170	5 572	13 023
l'étranger						<u>354</u>
TOTAL						13 377
TOTAL GLOBAL (Exécution au Canada et à l'étranger)						
Pour le Québec	6 734	3 672		2 562		6 234
le reste du Canada	<u>14 109</u>	<u>13 401</u>		<u>7 424</u>		<u>20 825</u>
tout le Canada	20 843	17 073		9 986		27 059
l'étranger						<u>33 512</u>
TOTAL						60 569

Nota :

¹ D'après les données de la SOCAN.

² En outre, les éditeurs reçoivent, directement des preneurs de licence étrangers, certaines sommes estimées à 6,4 millions de dollars pour 1993. En outre, des artistes canadiens comme Bryan Adams, qui sont membres de sociétés étrangères, touchent des redevances d'autres pays.

Tableau 10 :

Balance des droits d'exécution, 1993

	<u>Millions de \$</u>
Fonds sortis du Canada	33
Fonds entrés au Canada	approx. <u>19</u>
Balance nette	<u>(14)</u>

Tableau 11 :

Droits de reproduction mécanique¹, 1993

	<u>Millions de \$</u>
Total des droits de reproduction mécanique	43
Versés à l'étranger (sorties de fonds)	35
Versés à des Canadiens	8
Répartition pour le Canada entre :	
les auteurs/compositeurs québécois	2,3
et les auteurs/compositeurs d'autres provinces	5,6
Plus :	
Entrées de fonds au Canada	approx. <u>10</u>
Total versé à des Canadiens	approx. <u>18</u>

¹. D'après des discussions avec des représentants de l'ACDRM, de certaines sociétés d'enregistrement et d'autres membres de l'industrie.

². Selon Statistique Canada, le total des droits de reproduction mécanique s'établissait à 68 millions de dollars en 1991-1992. Cette estimation est jugée élevée.

Tableau 12 :

Répartition estimative des recettes de concerts au Canada, 1993

	<u>CANADA</u> (millions de \$)
Montant brut des ventes de billets	169
Taxe de vente	26
Droits versés à la SOCAN	3
Surtaxe sur les billets	8
Location de salles	11
Cachet ¹	80
Autres dépenses de concerts	25
Contribution aux frais généraux et aux bénéfices	17

¹ Selon nos discussions, de 25 à 33 p. 100 des prestations (d'après les recettes brutes de concerts) sont canadiennes. Nous avons admis par hypothèse le chiffre de 25 p. 100.

Tableau 13 :

Produits dérivés

- Dépenses estimatives de 4 à 10 \$ par personne selon la prestation (source : une salle de spectacle)
- Dépenses estimatives de 7,50 \$ par personne (source : une publication)
- Marché canadien d'une valeur estimative de 25 à 30 millions de dollars (source : une importante entreprise s'occupant de produits dérivés)
- Autrement dit : 1 \$ de produits dérivés par tranche de 5 \$ en billets de concert
- L'industrie des concerts, d'une valeur de 140 millions de dollars, génère par conséquent des ventes de produits dérivés d'une valeur approximative de 30 millions de dollars.

Ventilation estimative (source : une importante entreprise canadienne s'occupant de produits dérivés)

	<u>Millions de \$</u>
Marché canadien	30
Répartition :	
Artiste	10
Autres dépenses	15
Entreprise s'occupant de produits dérivés	5
• Si l'on suppose que le quart des prestations sont canadiennes, on peut associer aux prestations canadiennes des ventes de produits dérivés estimées à 3 millions de dollars. De plus, 65 p. 100 (soit 10 millions de dollars) des «autres dépenses» (fournisseur, salle, coût des biens) restent au Canada.	
• On estime que les trois quarts des ventes de produits dérivés se font aux spectacles.	

Tableau 14 :
Ventilation du prix de vente moyen d'un CD
- Filiales de multinationales, 1993

	Location d'une bande <u>maîtresse étrangère</u> ¹ par unité (\$)	Grande maison <u>canadienne</u> ¹ par unité (\$)
Prix de vente au détail	16	16
Marge bénéficiaire brute	4,9	4,9
Coût au détail	11,10	11,10
Distribution	0,55	0,55
Coûts du producteur de disques :		
Droits de reproduction mécanique versés à l'éditeur	0,20	0,20
Droits de reproduction mécanique versés à l'auteur ou au compositeur	0,40	0,40
Droits de location/redevances	3,30	2 ³
Marketing et promotion	1,10	3
Coûts de l'enregistrement et de la vidéo	0,00	Note 4
Fabrication ²	2,20	2
Mauvaises créances et stock périmé	0,55	0,55
Contribution aux frais administratifs, au poste A&R et aux bénéfices	2,80	S.O.

¹ La ventilation estimative des coûts des grands producteurs de disques est basée sur nos discussions avec ces derniers.

² La fabrication inclut la gravure, le graphisme et l'emballage.

³ Sujet à récupération.

⁴ N'entre pas normalement dans le calcul du coût unitaire, comme nous en discutons au tableau 15A.

Tableau 15 :

Ventilation des coûts d'enregistrement et des coûts récupérables

Ces chiffres sont basés sur nos discussions avec des représentants de l'industrie. Il y a de grandes variations dans les chiffres réels étant donné que chaque artiste et chaque enregistrement sont traités différemment.

	<u>PART</u> <u>INVESTIE</u> (milliers de \$)	<u>MONTANT</u> <u>RÉCUPÉRABLE</u> (%)	<u>MONTANT</u> <u>POUVANT ÊTRE</u> <u>RÉCUPÉRÉ</u> (milliers de \$)
Avance à l'artiste	20	0	0
Coûts de production de l'enregistrement	200	100	200
Coûts de production du vidéoclip (3)	150	50-100	75-150
Tournée	<u>50</u>	90-100	<u>45-50</u>
	420		320-400

D'après ce scénario, il faudrait qu'un artiste qui touche une redevance de 2 \$ l'unité vende au moins 140 000 unités pour couvrir le montant à récupérer.

Tableau 16 :

Ventilation du prix de vente moyen d'un CD - Producteurs de disques indépendants, 1993

	<u>RESTE DU CANADA</u> ¹ par unité (\$)	<u>QUÉBEC</u> par unité (\$)
Prix de vente au détail	16	16
Marge bénéficiaire brute	4,9	3,18
Coût au détail	11,10	12,82
Distribution	1,85	3,32
Coûts du producteur de disques :	9,25	9,50
Droits de reproduction mécanique versés à l'éditeur	0,20	0,30
Redevances versées à l'artiste ou au réalisateur ²	0,40	0,30
Droits de location/redevances	1,75	1,75
Marketing et promotion	1	0,90
Coûts de l'enregistrement et de la vidéo	1	2,20
Fabrication ³	1,50	1,45
Mauvaises créances et stock périmé	0,55	0,50
Contribution aux frais administratifs, au poste A&R et aux bénéfices	2,85	2,10

¹ D'après nos discussions avec des représentants de producteurs de disques indépendants. Il s'agit des coûts unitaires pour des enregistrements sonores moyens fait par une société rentable.

² Les redevances varient grandement selon l'importance de l'artiste. Nous supposons dans ce cas un montant moyen de 1,75 \$.

³ La fabrication inclut la gravure, le graphisme et l'emballage.

Tableau 17 :

Ventilation des nouveaux enregistrements selon le genre musical et la langue

	<u>1988</u> pourcentage	<u>1989</u> pourcentage	<u>1990</u> pourcentage	<u>1991</u> pourcentage
POURCENTAGE DES NOUVEAUX ENREGISTREMENTS SELON LE GENRE MUSICAL				
(tous les nouveaux enregistrements)				
Rock	25	27	24	27
Musique populaire	19	18	25	21
Musique grand public	11	11	13	9
Musique country	11	9	8	9
Rap	4	4	4	3
Musique classique	26	23	17	15
Jazz/blues	4	4	5	11
Musique pour enfants	<u>1</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
	100	100	100	100
POURCENTAGE DES NOUVEAUX ENREGISTREMENTS SELON LA LANGUE				
Anglais	78	79	76	75
Français	2	3	4	5
Autres	0	1	0	0
Musique instrumentale	<u>20</u>	<u>17</u>	<u>20</u>	<u>20</u>
	100	100	100	100

Source : Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, 1988 à 1991 (sociétés participantes : Capital-EMI, Warner Music, BMG Music, MCA Records, Polygram, Sony Music, A&M Records).

Tableau 18 :

Enregistrements primés au Canada, 1993

	<u>Or</u> (50 000 unités)	<u>Platine</u> (100 000 unités)	<u>Double platine</u> (200 000 unités)	<u>Triple platine</u> (300 000 unités)
Canadien - Anglais	32	21	12	9
Canadien - Français	11	5	2	1
Étranger	151	86	35	16
TOTAL	194	112	49	26
	<u>Quatre fois platine</u> (400 000 unités)	<u>Cinq fois platine</u> (500 000 unités)	<u>Six fois platine</u> (600 000 unités)	<u>Sept fois platine</u> (700 000 unités)
Canadien - Anglais	6	5	1	1
Canadien - Français	0	1	1	0
Étranger	12	12	6	6
TOTAL	18	18	8	7
	<u>Huit fois platine</u> (800 000 unités)	<u>Neuf fois platine</u> (900 000 unités)	<u>Diamant</u> (1 000 000 unités)	
Canadien - Anglais	0	1	0	
Canadien - Français	0	0	0	
Étranger	2	2	2	
TOTAL	2	3	2	

Source : AICE

Nota : Bryan Adams, Céline Dion et Snow n'apparaissent pas dans la catégorie de teneur canadienne dans les listes de l'AICE. Nous les avons néanmoins inclus dans les groupes canadiens. Il y a certains chevauchements dans les nombres car il se peut qu'un enregistrement soit primé plusieurs fois au cours d'une année (par ex., au cours d'une même année, un enregistrement peut être or puis platine).

Tableau 19 :

Producteurs de disques - ratios divers

Ce tableau renferme un certain nombre de ratios, montrant l'écart entre les producteurs de disques étrangers et les producteurs canadiens. Par exemple, les maisons sous contrôle étranger ont réalisé des recettes de 564 millions de dollars, contre 119 millions de dollars, soit cinq fois moins, pour les maisons sous contrôle canadien. Il est intéressant de noter que, bien que les producteurs de disques étrangers réalisent cinq fois plus de recettes, leur vigueur financière, mesurée d'après le surplus d'apport et les bénéfices non répartis, est 16 fois plus grande.

	<u>MAISONS ÉTRANGÈRES/ MAISONS CANADIENNES</u> (RATIO)
Recettes de l'industrie de l'enregistrement sonore	5 : 1
Coûts d'entreposage	54 : 1
Coûts de marketing	7 : 1
Mauvaises créances	12 : 1
Dépenses administratives	1,4 : 1
Bénéfices avant impôt	18 : 1
Débiteurs	8 : 1
Actif à long terme	10 : 1
Surplus d'apport et bénéfices non répartis	16 : 1

Source : Traitement spécial des données de la publication 87-202 de Statistique Canada pour Ernst & Young.

Tableau 20 :

Prix de gros relatifs des disques compacts se vendant au plein prix (Prix d'achat des commerçants en fév. 1993)

Ce tableau est tiré de données présentées dans une récente étude sur l'industrie australienne de la musique. Nous n'avons pas vérifié ces données.

	<u>PRIX ÉTRANGERS/ PRIX CANADIENS</u> (RATIO)
France	1,60
Allemagne	1,47
Japon	1,40
Italie	1,40
Hong Kong	1,13
Australie	1,06
Royaume-Uni	1,06
Canada	1
États-Unis	0,93
Nouvelle-Zélande	0,87

Tableau 21 :

Dépenses fédérales dans certains secteurs culturels (en millions de \$, 1988-1992)

	<u>1988</u>	<u>1989</u>	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Radiodiffusion	1 235	1 319	1 429	1 456	1 464
Cinéma et vidéo	201	233	254	255	262
Arts littéraires	286	283	274	235	217
Parcs naturels	167	183	185	179	173
Musées	210	213	101	161	172
Arts de la scène	93	107	122	110	121
Parcs et lieux historiques	55	58	6	77	69
Bibliothèque nationale	36	36	39	40	40
Enregistrement sonore	5	6	6	5	7
Total des dépenses culturelles	2 609	2 746	2 887	2 889	2 880

Source : Dépenses publiques au chapitre de la culture, Statistique Canada 87-206, 1991-1992.

Tableau 22 :

Dépenses provinciales dans certains secteurs
culturels (en millions de \$, 1988-1992)

	<u>1988</u>	<u>1989</u>	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Bibliothèques	554	586	637	688	724
Musées	163	190	213	202	227
Radiodiffusion	158	186	195	211	219
Arts de la scène	112	110	107	122	149
Parcs et lieux historiques	75	75	92	77	92
Films et vidéos	30	32	63	70	78
Parcs naturels	55	62	60	63	58
Arts littéraires	17	19	20	20	21
Enregistrement sonore	2	2	2	2	2
Total des dépenses culturelles	1 447	1 560	1 710	1 788	1 933

Source : Dépenses publiques au chapitre de la culture, Statistique Canada 87-206, 1991-1992.

Tableau 23 :

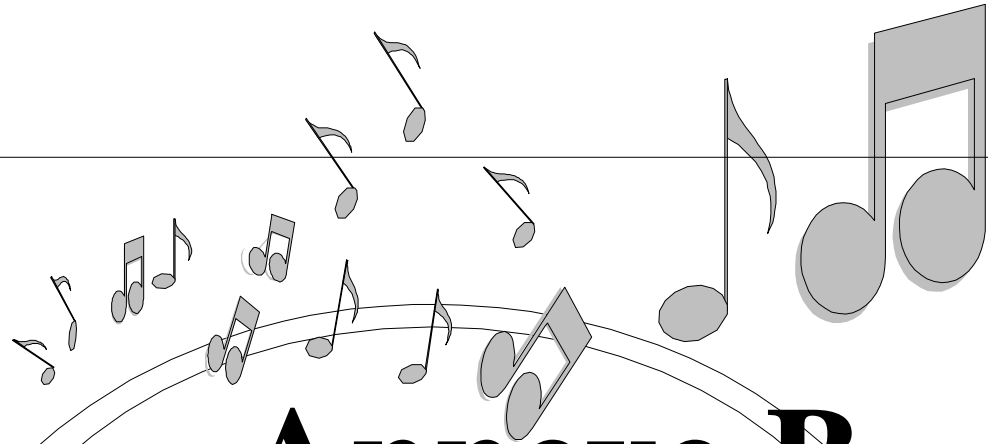
Répartition des maisons d'enregistrement sonore par province

		<u>TN</u>	<u>NE</u>	<u>NB</u>	<u>IPE</u>	<u>QUÉ</u>	<u>ONT</u>	<u>MAN</u>	<u>SASK</u>	<u>ALB</u>	<u>CB</u>	<u>TERR</u>	<u>TOTAL</u>
Éditeurs de musique	N ^{bre}	2	0	0	0	16	54	1	0	5	20	0	98
	%	2	0	0	0	16	55	1	0	5	20	0	100
Stations de radio	N ^{bre}	32	27	28	5	112	148	27	28	58	77	10	552
	%	6	5	5	1	20	27	5	5	11	14	2	100
Stations de radio universitaires	N ^{bre}	1	4	4	1	7	30	2	1	7	6	0	63
	%	2	6	6	2	11	48	3	2	11	10	0	100
Maisons d'enregistrement	N ^{bre}	4	3	1	0	23	77	2	0	7	16	1	134
	%	3	2	1	0	17	57	1	0	5	12	1	100
Distributeurs d'enregistrements	N ^{bre}	2	2	1	1	12	43	1	0	4	6	0	72
	%	3	3	1	1	17	60	1	0	6	8	0	100
Fabricants d'enregistrements	N ^{bre}	0	0	0	0	9	17	1	0	1	1	0	29
	%	0	0	0	0	31	59	3	0	3	3	0	100
Réalisateurs d'enregistrements	N ^{bre}	2	1	1	0	9	83	4	0	8	11	0	119
	%	2	1	1	0	8	70	3	0	7	9	0	100
Studios d'enregistrement	N ^{bre}	2	5	4	0	25	99	5	3	9	20	0	172
	%	1	3	2	0	15	58	3	2	5	12	0	100
Sociétés de sonorisation et d'éclairage	N ^{bre}	0	3	1	0	14	42	5	1	6	12	0	84
	%	0	4	1	0	17	50	6	1	7	14	0	100
Sociétés de production de vidéos	N ^{bre}	0	2	0	0	5	21	4	1	0	7	0	40
	%	0	5	0	0	13	53	10	3	0	18	0	100

Source : Répertoire de la musique au Canada, 6^e édition, 1993.

Nota : 1. Le tableau indique uniquement l'emplacement du siège social.

2. Ces données donnent une idée approximative de l'emplacement des divers organismes des sociétés. D'après nos sources, la présence du Québec est vraisemblablement sous-représentée dans ces données.



Annexe B
Tableaux détaillés
pour le Québec

Tableau Q1 :

Recettes estimatives de l'industrie au Québec, 1993
(au niveau du détail ou l'équivalent)

Recettes globales et par secteur sur le marché québécois.

	MARCHÉ TOTAL (en millions de \$)
Ventes au détail de cassettes et de CD (y compris les ventes directes)	225
Spectacles	30
Droits d'exécution	5 ²
Produits dérivés	5
Musique en feuilles	<u>2</u>
TOTAL	277

¹ Tous les chiffres excluent les taxes à la consommation.

² D'après les états financiers de 1993 de la SOCAN.

Tableau Q2 : Part sous contrôle québécois du marché québécois, 1993

(au niveau du détail ou l'équivalent)

Répartition de la part de 267 millions de dollars du marché québécois dont s'emparent des entreprises sous contrôle québécois.

	SOUS CONTRÔLE QUÉBÉCOIS (millions de \$)
Ventes au détail de cassettes et de CD	75
Spectacles	20
Droits d'exécution ¹	2
Produits dérivés	2
Musique en feuilles	<u>< 1</u>
TOTAL	100

¹ Les redevances totales versées à des organismes établis au Québec s'élevaient à 6 millions de dollars; environ la moitié de cette somme est allée à des organismes sous contrôle québécois.

Tableau Q3: Estimations de l'emploi au Québec

Les chiffres correspondent à des emplois en équivalent temps plein. Comme il y a très peu de données utiles publiées dans ce domaine, ces chiffres doivent être considérés comme les meilleures estimations possibles, d'après nos discussions et notre analyse.

	<u>ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN</u>
Producteurs de disques indépendants	120
Filiales de multinationales (y compris les maisons de vente par correspondance)	550
Fabricants	670
Distributeurs et détaillants	1 250
Artistes-interprètes (chanteurs et musiciens), compositeurs et auteurs (paroliers)	1 000
Studios	75
Travailleurs du spectacle	200
Associations	50
Autres (gérants d'artistes, journalistes, réalisateurs, graphistes, autres)	200
Total	environ <u>4 000</u>

Sources et notes : Voir le tableau 6.

Tableau Q4 :

Coûts moyens de production d'enregistrements financés par MUSICACTION

	0-40 000 \$, 22 SOCIÉTÉS			40-80 000 \$, 39 SOCIÉTÉS			80 000 \$+, 9 SOCIÉTÉS			TOTAL ÉCHANTILLON, 70 SOCIÉTÉS		
	TOTAL	MOY.	%	TOTAL	MOY.	%	TOTAL	MOY.	%	TOTAL	MOY.	%
Pré-production	40	1 815	7		2 886	4		5 447	5	202	2 879	5
Pré-production		1 815	7	113	2 886	4	50	5 447	5	202	2 879	5
Artistes	188	8 560	31		14 212	21		24 757	21	965	13 792	22
Artiste principal	56	2 545	9	93	2 395	4	20	2 190	2	170	2 416	4
Musiciens	61	2 773	10	259	6 641	10	116	12 885	11	436	6 229	10
Choristes	26	1 174	4	32	831	1	21	2 281	2	79	1 125	2
Directeur musical	30	1 360	5	32	827	1	11	1 212	1	73	1 044	2
Programmation	5	230	1	20	502	1	6	673	1	31	438	1
Arrangeur	10	477	2	118	3 016	4	50	5 515	5	178	2 539	4
Sudio/gravure	188	8 548	21		26 454	39		43 431	32	1 611	23 009	37
Location	6	297	1	48	1 239	2	29	3 236	3	84	1 200	2
Studio (enregistrement)	122	5 556	20	651	16 698	25	244	27 111	23	1 017	14 535	24
Studio (mixage)	46	2 087	8	275	7 046	10	101	11 221	10	422	6 024	10
Gravure	13	608	2	57	3 671	2	17	1 863	2	88	1 250	2
Personnel de studio et de gravure	84	3 796	14		13 574	20		23 273	20	822	11 748	19
Réalisateur	59	2 667	10	362	9 287	14	122	13 506	11	542	7 749	13
Preneur de son	25	1 128	4	167	4 287	6	88	9 767	8	280	3 999	6
Graphisme	54	2 474	9		4 395	6		6 792	6	287	4 099	7
Graphisme	54	2 474	9	171	4 395	6	61	6 792	6	287	4 099	7
Frais généraux	54	2 451	9		6 360	9		13 797	12	426	6 088	10
Fournitures	8	380	1	45	1 152	2	12	1 377	1	66	938	2
Administration	29	1 296	5	178	4 566	7	78	8 861	7	285	4 067	7
Divers	17	776	3	25	642	1	34	3 740	3	76	1 083	2
TOTAL	608	27 644	100	2 647	67 882	100	1 057	117 498	100	4 313	61 615	100

Source : Productions financées par MUSICACTION du 1^{er} avril 1992 au 31 décembre 1993 (compilation et catégories établies par les chercheurs).

Nota : Les trois premiers groupes de colonnes donnent les coûts de production d'un enregistrement à petit(0-40 000 \$), moyen (40-80 000 \$) et gros (>80 000 \$).

Tableau Q5 :

Ventes au détail réalisées au Québec par des entreprises québécoises en 1993

(sauf indication contraire, tous les chiffres sont en millions de dollars)

	<u>CD</u>	<u>CASSETTES</u>	<u>TOTAL</u>
Nouveaux enregistrements et catalogue traditionnel (moyennes d'unités plein prix et à rabais)			
Unités totales	2 800	1 750	4 550
Unités (moins les invendus)	2 660	1 662	4 322
Producteurs de disques	25 270 \$	9 393 \$	34 663 \$
Détail	4 890 \$	16 625 \$	60 515 \$
Ventes hors marché commercial			
Total des unités	0,100	0,350	0,450
Unités (moins les invendus)	0,075	0,315	0,390
Détail	1 275 \$	2 835 \$	4 110 \$
Ventes d'unités à prix réduit au Québec			
Total des unités	0,300	0,600	0,900
Unités (moins les invendus)	0,285	0,570	0,855
Détail	<u>2 850 \$</u>	<u>2 850 \$</u>	<u>5 700 \$</u>
Total des unités (moins les invendus)	<u>3 020</u>	<u>2 548</u>	<u>5 568</u>
	<u>54 %</u>	<u>46 %</u>	
Total - détail	<u>48 015 \$</u>	<u>22 310 \$</u>	<u>70 325 \$</u>
	68 %	32 %	

Source : Entrevues avec des fabricants, des distributeurs et des représentants de producteurs de disques.

Nota : 1. Prix unitaire moyen pour les producteurs de disques : 9,50 \$ pour les CD et 5,65 \$ pour les cassettes. Prix de détail moyens des nouveaux enregistrements : 16,50 \$ pour les CD et 10 \$ pour les cassettes; ventes hors marché commercial : 17 \$ pour les CD et 9 \$ pour les cassettes; ventes à prix réduits : 10 \$ pour les CD et 5 \$ pour les cassettes.

2. On estime que 5 p. 100 des nouveaux enregistrements et des unités à prix réduits sont invendus et qu'il y a en outre 25 p. 100 (CD) et 10 p. 100 (cassettes) d'invendus dans la catégorie des ventes hors marché commercial.

Tableau Q6 :

Production d'enregistrements sonores au Québec (1987-1993)

	1986-1987	1987-1988	1988-1989	1989-1990	1990-1991	1991-1992	1992-1993
NOMBRE DE PRODUITS	93	109	108	127	150	225	246
EXPRESSION							
Langue française	61	66	64	85	79	144	138
Langue anglaise	6	19	11	17	19	19	28
Musique instrumentale	25	24	31	25	49	55	75
Langues étrangères	1	0	2	0	3	7	5
INTERPRÉTATION							
Femmes	22	25	21	34	28	42	42
Hommes	40	46	52	59	57	113	117
Groupes	10	23	23	22	33	39	52
Musique instrumentale	7	8	2	7	11	11	9
Duos	5	5	7	3	5	3	11
Divers	9	2	3	2	16	17	15
PRODUCTION							
Québécois	89	105	101	114	134	194	238
Étranger	4	4	7	13	16	31	8
GENRES¹							
Musique pour enfants	9	7	1	1	4	6	
Musique populaire-rock	13	20	20	17	22	41	
Musique country-western	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	10	25	
Musique instrumentale	9	11	18	16	15	21	
Musique rock	5	6	5	8	13	14	
Humour	4	3	1	3	3	11	
Musique populaire	21	15	21	40	23	36	
Jazz	7	7	10	2	9	8	
Musique classique	9	8	4	5	11	16	
Musique folk	10	12	17	18	6	17	
Musique nouvel âge	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	15	9	
Autres	0	1	0	0	0	2	

Source : ADISQ. Chiffres pour la période allant du 1^{er} juin au 31 mai de chaque année.


¹ Enregistrements autres que de langue anglaise.

Tableau Q7 :

Dépenses du gouvernement québécois et des administrations locales dans certains secteurs culturels, 1991

	<u>En millions de \$</u>
Bibliothèques	330
Musées	68
Radiodiffusion	90
Arts de la scène	55
Patrimoine	30
Films et vidéos	28
Littérature	10
Enregistrement sonore	2
Autres	262
Total des dépenses culturelles	875

Source : Bureau de la statistique du Québec.

A decorative graphic featuring a horizontal line at the top, a series of musical notes of various sizes and styles (including eighth, quarter, and half notes) scattered across the upper half, and a large, thin-lined circle in the center. The text is centered within this circle.

Annexe C
Bibliographie et
personnes-ressources

Annexe C : Bibliographie et personnes-ressources

Bibliographie

- Questionnaire de l'enquête sur l'enregistrement sonore, 1991, Statistique Canada
- Questionnaire de l'enquête sur l'enregistrement sonore, 1992, Statistique Canada
- Certains indicateurs, Industrie canadienne de l'enregistrement sonore, Statistique Canada
- Certains indicateurs, Balance commerciale dans le secteur culturel, Statistique Canada
- Liste thématique d'articles antérieurs, La culture en perspective, Statistique Canada, 87-004
- Points saillants de l'enquête sur l'enregistrement sonore, 1991-1992, Statistique Canada.
- Publication de Statistique Canada sur l'enregistrement sonore, 1991-1992, Statistique Canada, 87-202
- Ekos Research : Évaluation de programme - Programme d'aide au développement de l'industrie sonore, étude préliminaire, 1990
- Rapport d'évaluation du Programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore, 1991
- Paul Audley & Associates : A Profile of English-Language Music Publishing in Canada, 1989
- KPMG Management Consulting : European Sound Recording Markets, 1993
- Media-Culture, ADISQ-Disponibilité de la musique vocale de langue française au Canada : Le contexte économique et industriel, 1989
- Woods Gordon : Sound Recording Industry Study, 1982
- National Music Publishers' Association, 1990; 1991, International Survey of Music Publishing Revenues
- Billboard, The Record et autres publications de l'industrie - divers numéros
- World Music Industry Report, Hoare Govett UK Investment Research, 1993
- Music Directory Canada, 1993 et Canadian Music Business Directory, 1993
- Panaroma 93 - Revue de l'industrie de l'enregistrement sonore de la Communauté européenne, 1993
- IFPI Review - Breaking Down the Sound Barriers, 1993
- Divers articles de journaux

Personnes-ressources

Associations

Brian Robertson, Margaret McGuffin - Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement

Brian Chater - Canadian Independent Record Producers Association

Robert Pilon - Association du disque et de l'industrie du spectacle québécois

Paul Spurgeon - Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique

Peter Miller, Jane Logan - Association canadienne des radiodiffuseurs

Gisèle Fréchette - Guilde des musiciens du Québec

Michel Laurence - Union des artistes

Ray Petch - American Federation of Musicians

David Basskin - Agence canadienne des droits de reproduction musicaux

Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada Inc.

Peter Feldman - CAPACOA

Administrations publiques

Heather Wallace - Patrimoine canadien

Michel Durand - Statistique Canada

Stéphane Hardy - Patrimoine canadien

Vladimir Skok - Patrimoine canadien

René Bouchard - Patrimoine canadien

Peter Caskey et Richard Lajeunesse - Investissement Canada

Emmett Will - Conseil canadien de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes

Richard Greene, Tim Maloney - Archives nationales

Anna-Lisa Saloniis - Statistique Canada

Compagnies de musique

Al Mair - Attic

Earl Rosen - Marquis

Stan Kulin - Warner

Ross Reynolds - MCA

Michel Bélanger - AudioGram

Deane Cameron - EMI

Disque Star

Michel Sabourin

Michel Gélinas

Détaillants

Discus

Rosaire Archambault

Jason Sniderman - Roblan, Sam's

Fabricants

Pierre Deschênes - Disque Améric

Isadore Philosophe - Cinram

Organismes internationaux

Liz Thomas - Fédération internationale de l'industrie phonographique
certains fonctionnaires responsables du commerce

Éditeurs de musique

Jerry Renewych - Warner Chappell

Daniel Lafrance

Promoteurs de concerts

Riley McCormack - Concert Productions International

Norm Perry - Brockum

Harold Levin - Bass Clef

John Gray - Parc Lansdowne

Artistes et imprésarios

Trish Saltys - Bruce Allen Talent

Karen Larocca - One Handed Records

Steve Propas

Autres

Sabin Brunet - Disque SNB

Paul Tuck - The Record

Heather Sym - FACTOR

MUSICACTION

Donna Murphy - Base de données sur l'industrie canadienne de la musique