



L'industrie canadienne de la musique

Profil économique 2004





L'industrie canadienne de la musique

Profil économique 2004

Au sujet du Profil économique 2004

Le présent document constitue le premier profil économique annuel de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, que le ministère du Patrimoine canadien a élaboré. Il contient de l'information à propos des marchés canadiens et internationaux de l'enregistrement sonore et des redevances des droits d'auteur dans le domaine musical au Canada.

Le ministère du Patrimoine canadien aimerait remercier Paul Spendlove d'avoir rédigé ce profil.

Il tient également à remercier :

- Mary Ann Fulop (contrôleuse des services financiers, Société canadienne des compositeurs, auteurs et éditeurs de musique du Canada)
- Vanessa Thomas (directrice générale, Nielsen Music, Nielsen Home Entertainment)
- Al Mair (président, MHL Communications)
- Jennifer Hardy (gestionnaire des services administratifs, Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement)

Pour toute question ou suggestion en ce qui concerne le contenu du texte de l'année prochaine, veuillez communiquer avec :

Pierre Lalonde, Directeur
Politique et Programmes de l'enregistrement sonore
Ministère du Patrimoine canadien
15, rue Eddy, 6^e étage, bureau 123
Gatineau (Québec) K1A 0M5
Téléphone : (819) 953-6756
Courriel : Pierre_Lalonde@pch.gc.ca

Ce document est également disponible dans le site Web du ministère du Patrimoine canadien à l'adresse suivante : http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/sonore-sound/index_f.cfm

Ministre du Patrimoine canadien et
ministre responsable de la Condition féminine



Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

Ottawa, Canada K1A 0M5



Au cours des dernières années, les artistes canadiens ont connu un succès considérable sur les scènes nationale et internationale. Le travail de ceux et celles qui mettent en lumière leur talent a largement contribué à l'essor de notre industrie de l'enregistrement sonore.

Aujourd'hui, cette industrie dont nous sommes fiers doit relever des défis de taille, notamment en ce qui a trait au respect des droits d'auteur. Ce profil économique de l'industrie de l'enregistrement sonore nous permettra de partager des idées. Il nous aidera à discuter de ce que nous pouvons faire, au sein de l'industrie, pour que tous les artistes et artisans du monde de la musique puissent contribuer à la vitalité de notre culture.

À titre de ministre du Patrimoine canadien, j'aimerais remercier toutes les personnes qui consacrent leur vie à la musique ainsi que ceux et celles qui fournissent aux artistes les outils nécessaires à leur réussite. Grâce à votre engagement, notre culture rayonne bien au-delà de nos frontières.

A handwritten signature in cursive script that reads "Liza Frulla".

Liza Frulla

Canada

Table des matières

Aperçu	3
Les répercussions du fléchissement des ventes	6
Le phénomène du téléchargement	7
L'innovation dans l'industrie de la musique	9
I – Le marché canadien	11
Les enregistrements sonores au Canada – Ventes au détail et tendances du marché	12
Nouveaux enregistrements d'artistes canadiens	15
Répartition selon le genre	16
Disques or et platine, et autres statistiques de la CRIA sur les certifications	16
Entreprises canadiennes	17
Le consommateur canadien de musique	19
Auditoires de la radio	20
Le téléchargement et les nouvelles technologies	21
II – Le marché international	25
Ventes et tendances du marché à l'échelle mondiale	26
L'industrie canadienne de la musique sur la scène internationale	28
III – Droits d'auteur musicaux au Canada	31
La composition et l'édition de musique au Canada	32
Distribution des droits d'auteur provenant des droits d'exécution publique	34
Droits d'auteur provenant des droits d'exécution publique de sources étrangères	35
Redevances sur les représentations musicales devant public perçues par la SOCAN	36
Autres sources de droits d'auteur	37
Notes	38



APERÇU



Aperçu

L'industrie de la musique est en constante évolution. Les styles de musique populaire se succèdent à un rythme étourdissant, de sorte que les services de développement de produits (*artist & repertoire*) des maisons de disques doivent demeurer sur le qui-vive. Notamment, la dernière tendance en matière de support musical et de comportement du consommateur – le phénomène en ligne – a pris de vitesse l'industrie mondiale de la musique. Résultat : cinq ans de baisse dans les ventes de musique.

Entre 1999 et 2003, les ventes de musique ont chuté de 28 %, de 1,3 milliard de dollars à 946,4 millions de dollars.

Ce fléchissement des ventes se manifeste autant au Canada, le sixième plus grand marché de musique au monde, qu'ailleurs. Entre 1999 et 2003, les ventes de musique ont chuté de 28 %, de 1,3 milliard de dollars à 946,4 millions de dollars.¹ L'an dernier, la diminution était de 2,9 %; certains prévoient que la situation persistera encore au moins un an de plus.

La part des artistes canadiens des 200 plus grands succès du palmarès au Canada a augmenté de 15,1 % en 2001 à 27,2 % en 2003.

Ironiquement, les quelques dernières années ont été une période particulièrement faste pour les artistes canadiens, tant au pays qu'à l'étranger. À la faveur de nouveaux disques par exemple de Céline Dion, Shania Twain, Avril Lavigne et Nickelback, la part des artistes canadiens des 200 plus grands succès du palmarès au Canada a augmenté de 15,1 % en 2001 à 27,2 % en 2003². Durant cette période, alors que les ventes des artistes étrangers parmi les 200 plus grands succès du Palmarès ont continué de diminuer, les albums d'artistes canadiens – en tête, Twain, Lavigne, Sarah McLachlan et Diana Krall – ont progressé de 36,8 %³. Il n'est guère surprenant que selon un récent sondage mené par Millward Brown, plus de 90 % des Canadiens et Canadiennes considèrent que la qualité de la musique produite par les artistes canadiens est égale ou supérieure à celle des artistes étrangers⁴.

Les Canadiens et Canadiennes ont aussi brillé sur la scène internationale, d'après les ventes d'albums à l'étranger et les redevances provenant des droits d'exécution publique perçus par la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN). Entre 1999 et 2003, les artistes canadiens ont obtenu 144 certifications d'albums uniquement dans leurs trois plus grands marchés : les États-Unis, le Royaume-Uni et la France. Les droits d'exécution publique provenant de sources étrangères revenant aux auteurs, compositeurs et éditeurs membres de la SOCAN ont atteint 47,3 millions de dollars en 2003, 68,3 % de plus qu'en 1999, d'après la SOCAN⁵. De fait, 2002 et 2003 étaient les premières années de l'histoire de la SOCAN où les recettes de redevances provenant de sources étrangères surpassaient les redevances versées aux auteurs, compositeurs et éditeurs étrangers. En 2003, une plus grande part des montants distribués par la SOCAN à même les droits perçus au pays a été versée à ses propres membres qu'à des non-membres, en supplément de la presque totalité des recettes de sources étrangères.

2002 et 2003 étaient les premières années de l'histoire de la SOCAN où les recettes de redevances provenant de sources étrangères surpassaient les redevances versées aux auteurs, compositeurs et éditeurs étrangers.

Quant au marché de détail canadien, il semble que le creux de la vague soit passé. La valeur des ventes au détail a certes diminué de 2,9 % en 2003, mais il s'agit du plus faible recul depuis cinq ans et il était de moitié moindre que celui des ventes de musique à l'échelle mondiale. En septembre 2004, des signes annonciateurs d'une éventuelle reprise ont été constatés, le nombre d'unités vendues pendant les neuf premiers mois de l'année ayant progressé de 5,8 % par rapport à la même période un an plus tôt⁶. Une croissance semblable a été constatée aux États-Unis et au Royaume-Uni, laissant présager une reprise mondiale. Il pourrait toutefois falloir du temps pour que celle-ci se matérialise : au moins un prévisionniste prévoit que les ventes pourraient ne pas reprendre une courbe ascendante avant 2006⁷.

Les répercussions du fléchissement des ventes

Une éventuelle reprise pourrait toujours arriver trop tard pour certains acteurs de l'industrie. Des mises à pied ont été observées au cours de l'année dernière, surtout par suite de restructurations chez les plus grandes maisons de disques. Bien qu'il n'y ait pas de statistiques détaillées sur l'emploi dans l'industrie, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA) estime que 20 % des emplois de l'industrie ont été éliminés depuis un an. Certains craignent que la fusion de 2004 entre Sony Music Group et BMG mène à de nouvelles pertes d'emplois.

La chute des ventes de musique a aussi perturbé le secteur de la vente au détail. À la lumière des tendances constatées chez les consommateurs, les détaillants ont réservé davantage d'espace sur leurs tablettes pour les films sur DVD et les jeux sur ordinateur tout en réduisant leur stock de musique, ce qui a entraîné des tensions entre détaillants et distributeurs. La retombée la plus notable est survenue au début de 2004, lorsque EMI a décidé d'éliminer les escomptes de volume qu'il offrait au chef de file du détail HMV, soutenant que les ventes de ses produits par HMV avaient chuté de 25 % en 2003.

HMV a réagi en augmentant le prix des albums distribués par EMI, y compris ceux de nombreuses maisons de disques canadiennes indépendantes, et en les reléguant à l'arrière du magasin⁸.

Certains observateurs croient que le disque compact, le support dominant pour la musique depuis la fin des années 1980, est tout simplement sur son déclin après une période de fortes ventes à la fin des années 1990 lorsque les consommateurs remplaçaient les supports plus anciens dans leurs collections musicales. Au Canada, le nombre de CD vendus a constamment baissé depuis cinq ans, de 71,9 millions d'unités en 1999 à 53,1 millions en 2003. Les autres supports n'ont guère connu de meilleurs résultats : sauf pour un sursaut attribuable en grande partie à *Canadian Idol* et *Star Académie*, les ventes d'enregistrements simples demeurent minimes, tandis que la cassette pourrait bientôt disparaître complètement vu le rythme auquel ses ventes diminuent. Le seul support qui affiche des signes de croissance est le vidéo musical sur DVD, dont les ventes ont augmenté de 150 % de 2002 à 2003 – la plus forte progression parmi les 10 plus grands marchés de la musique au monde⁹. Cependant, avec des ventes totales de 4 millions d'unités au Canada, l'impact du DVD musical demeure limité.

Outre le déclin du CD et la concurrence pour l'espace d'étalage en magasin livrée par d'autres sources de divertissement, divers autres facteurs peuvent avoir contribué à la chute des ventes de musique, depuis le coût de la musique jusqu'au pouvoir d'attraction décroissant des vedettes du palmarès. Par exemple, les 10 albums les plus vendus en 1999 correspondaient à 5,9 millions d'unités, contre 3,4 millions en 2003¹⁰. Pour de nombreux acteurs de l'industrie toutefois, le plus grand défi à relever demeure Internet.

Le phénomène du téléchargement

Bien que ce ne soit certainement pas le seul facteur de la chute des ventes de musique, le téléchargement répandu de fichiers numériques gratuits – en particulier de fichiers MP3 – a retenu le plus l'attention. Alors que d'aucuns considèrent que l'échange de fichiers sur des réseaux point-à-point (P2P) comme Kazaa et Grokster a atteint son apogée en 2003, la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) a estimé qu'au début de 2004, il se trouvait sur des réseaux P2P partout au monde 800 millions de fichiers musicaux protégés par le droit d'auteur, et 100 millions de plus sur des sites Web ou FTP (sites de transfert de fichiers)¹¹.

32 % des internautes adultes canadiens ont téléchargé un fichier musical au moins une fois.

Au Canada, où Internet a un des plus forts taux de pénétration au monde, le téléchargement se pratique comme ailleurs. Selon de récentes études, 32 % des internautes adultes canadiens ont téléchargé un fichier musical au moins une fois¹² et on estime que jusqu'à 180 millions de pistes pourraient être téléchargées chaque mois¹³.

Aux États-Unis, la réaction de la Recording Industry Association of America au phénomène du téléchargement a consisté à tenter des procès à l'encontre d'utilisateurs d'ordinateurs offrant sur des réseaux P2P de grands nombres de fichiers musicaux protégés par le droit d'auteur. Les efforts en ce sens déployés par l'industrie canadienne de l'enregistrement ont toutefois été entravés par quelques affaires judiciaires célèbres.

Le 31 mars 2004, le juge de la Cour fédérale Konrad von Finckenstein a débouté la CRIA de sa demande visant à contraindre cinq fournisseurs canadiens de service Internet (FSI) à révéler le nom de personnes qu'elle soupçonnait d'avoir illégalement mis à disposition des milliers de chansons sur des réseaux de partage de fichiers. Dans sa décision, le juge a affirmé que le

fait de placer un fichier musical dans un répertoire informatique auquel d'autres pourraient accéder ne constituait pas une violation du droit d'auteur en vertu des lois canadiennes, comparant la pratique au fait qu'une bibliothèque dispose un photocopieur à proximité de ses livres. Dans les deux cas, les conditions préalables à la réalisation de copies et à une infraction sont présentes, mais il manque un élément d'autorisation, a-t-il écrit. Le juge von Finckenstein a aussi cité la *Loi sur le droit d'auteur* qui protège le droit de copie pour usage privé tout en dédommageant l'industrie de l'enregistrement au moyen d'une redevance sur les supports d'enregistrement.

En juin, la Cour suprême du Canada a rejeté à l'unanimité la demande de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) visant à établir un tarif de redevances à verser par les FSI, jugeant que ceux-ci n'étaient pas responsables des violations des droits d'auteur lorsqu'ils communiquent au public des œuvres protégées par le droit d'auteur, tant qu'ils fournissent uniquement le moyen nécessaire pour que d'autres (sites Web) les communiquent.

Ces affaires ont suscité diverses réactions. Les défenseurs des consommateurs et de la protection des renseignements personnels

ont avancé que la décision du juge von Finckenstein était une victoire au plan des droits des utilisateurs, équivalant à la légalisation du partage de fichiers sur les réseaux P2P. La CRIA et d'autres experts d'Internet ont soutenu qu'ils témoignaient d'une méprise fondamentale quant à la façon dont de tels réseaux fonctionnent. La CRIA a interjeté appel du jugement de la Cour fédérale.

Entre-temps, les acteurs de l'industrie espèrent que les nouveaux services de téléchargements payants pourront tirer parti de la popularité de la musique numérisée et la traduire en ventes. Le premier site canadien de téléchargements payants, Puretracks.com, a été lancé par Moontaxi Media à la fin de 2003. Ont suivi le mouvement cette année le Groupe Archambault avec Archambaultzik.ca, le service américain Napster 2.0 et la Boutique de musique Bell Sympatico. Dès février 2004, Puretracks proclamait le succès de son service, annonçant qu'il avait vendu 1 million de téléchargements. L'entreprise a élargi son offre au Canada, assurant l'infrastructure des sites Web de vente de musique de Bell Sympatico et du détaillant d'appareils électroniques Future Shop. Pourtant, en comparaison des États-Unis où iTunes d'Apple a vendu son 100 millionième téléchargement en juillet, le Canada a de toute évidence

beaucoup de chemin à parcourir. Selon un sondage réalisé en 2004, seulement 15 % des téléchargeurs canadiens avaient déjà acheté un fichier musical¹⁴. D'après les indications de ventes en forte augmentation aux États-Unis en 2004 toutefois, le marché recèlerait un fort potentiel de croissance.

Les Canadiens et Canadiennes de 12 à 17 ans écoutaient la radio en moyenne 8,5 heures par semaine en 2003, contre 11,3 en 1999.

Il s'est dit que la radio serait le prochain média musical traditionnel à être affectée de manière défavorable par la révolution numérique. Les cotes d'écoute ne le confirment pas de façon évidente, le nombre moyen d'heures que les Canadiens et Canadiennes consacrent à la radio ayant baissé de seulement une heure, à 19,5 heures par semaine, entre 1999 et 2003. Pour la nouvelle génération toutefois, la diminution est plus conséquente : les Canadiens et Canadiennes de 12 à 17 ans écoutaient la radio en moyenne 8,5 heures par semaine en 2003, contre 11,3 en 1999¹⁵. Le fait que l'écoute de la télévision des adolescents ait connu une baisse semblable tandis que le temps passé en ligne a augmenté appuie l'hypothèse que la nouvelle génération recherchera ses divertissements davantage sur Internet que dans les sources traditionnelles.

L'innovation dans l'industrie de la musique

Comme dans le passé, l'industrie canadienne de la musique continuera de s'adapter de manière stratégique aux changements économiques et technologiques grâce à la créativité et à l'innovation. Une manifestation récente de l'ingéniosité de l'industrie est la création du modèle des téléchargements payants.

Certaines maisons de disques indépendantes, profitant de leur petite taille et de leur relative souplesse, ont réagi au marché languissant des enregistrements en réorientant leur stratégie commerciale. La maison Nettwerk de Vancouver, par exemple, s'est concentrée davantage sur ses activités lucratives de gestion des artistes; les ventes d'album ne représentent ainsi plus que 20 % de son chiffre d'affaires¹⁶.

Dans le secteur de la vente au détail, les prix des CD ont baissé. Cette année, Universal a lancé au Canada son programme « JumpStart » de réduction des prix en diminuant le prix de vente au détaillant des CD jusqu'à 32%. Le programme, qui a été lancé l'an dernier aux États-Unis, a déclenché une tendance générale de réduction des prix dont on dit qu'elle a contribué à une reprise du marché américain au-delà de ce que laissent entrevoir de nombreuses prévisions¹⁷.

De plus, ce n'est probablement qu'une question de temps avant que les Canadiens et Canadiennes n'exploitent le marché du support le plus récent et le plus inattendu pour la musique : les sonneries musicales pour téléphones cellulaires. Des sondages indiquent que 18 % des propriétaires canadiens de téléphones mobiles ont téléchargé des sonneries pour leur appareil; parmi eux, 5 % affirment qu'ils achèteraient à coup sûr des sonneries produites à partir d'enregistrements maîtres si c'était possible, tandis que 25 % les achèteraient probablement¹⁸.

Il ne fait aucun doute qu'il reste au Canada un marché pour la musique et pour les artistes canadiens. Il semble que le défi à relever, pour l'industrie, est de déterminer la meilleure façon de livrer la musique à une nouvelle génération de consommateurs qui préfèrent combler leurs besoins musicaux en cliquant de leur souris.



I – LE MARCHÉ CANADIEN



I – Le marché canadien

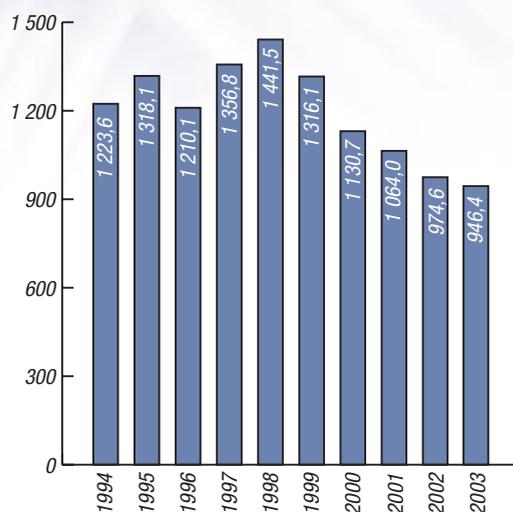
Les enregistrements sonores au Canada – Ventes au détail et tendances du marché

Les ventes au détail d'enregistrements sonores au Canada ont diminué de 2,9 % entre 2002 et 2003, poursuivant la tendance à la baisse qui a débuté après le sommet atteint en 1998. Au total, les ventes au détail sur le marché canadien des enregistrements sonores s'élevaient en 2003 à 946,4 millions de dollars, contre 974,8 millions de dollars l'année précédente. Depuis 1999, les ventes ont chuté de 28,1 %¹⁹.

Les ventes de disques compacts ont baissé de 7 %, de 57 millions d'unités à 53,1 millions en 2003. Les cassettes ont poursuivi leur descente, le nombre d'unités vendues régressant de 64 %. Les ventes d'enregistrements simples ont bondi de 50 %, en grande partie grâce aux produits de Canadian Idol et de Star Académie. Les vidéoclips sur DVD ont connu la plus

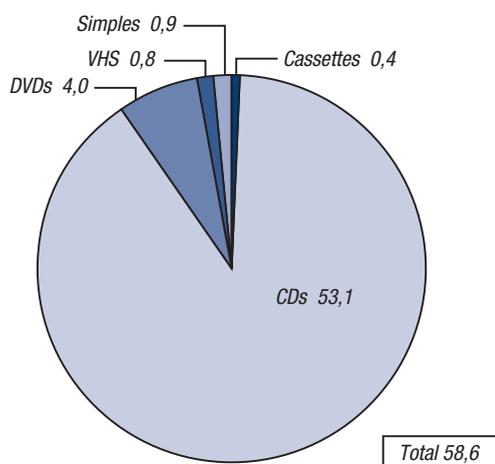
forte progression, une tendance constatée dans tous les grands marchés du monde, bien que les quantités de ce produit relativement nouveau demeurent minimes. Au Canada, les ventes de DVD ont augmenté de 150 %, à 4 millions d'unités au lieu des 1,6 million l'année précédente²⁰.

Ventes au détail d'enregistrements au Canada (en millions \$CAD)



Source : Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004.

Ventes au détail d'enregistrements au Canada en 2003, selon le support (en millions)

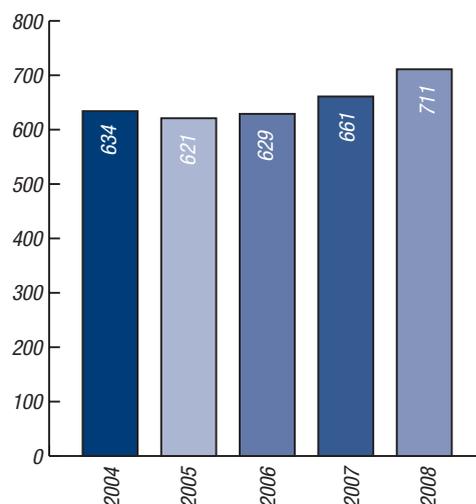


Source : Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004.

En septembre 2004, le marché affichait des signes de croissance, les unités vendues au cours des neuf premiers mois ayant augmenté de 5 % par rapport à la même période l'année précédente selon Nielsen SoundScan. Le secteur des marchands de masse dominait cette croissance, ses ventes à l'unité étant 8,9 % supérieures à celles de la même période un an plus tôt, contre 3,6 % dans les magasins traditionnels²¹. Malgré cette bonne nouvelle, certains analystes ne prévoient pas une reprise des ventes cette année. Pricewaterhouse Coopers, par exemple, estime que les

ventes canadiennes de musique baisseront de 3,4 % en 2004 et encore de 2,1 % en 2005, avant de progresser de 1,3 % l'année suivante²².

Prévisions – ventes au Canada de musique enregistrée (en millions \$US)



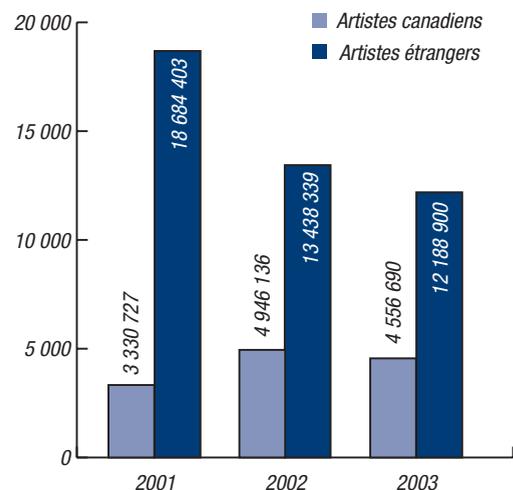
Source : Pricewaterhouse Coopers, Wilkofsky Gruen Associates dans Revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004.

Les artistes exécutants canadiens ont connu de meilleurs résultats que leurs homologues étrangers dans le marché national, selon Nielsen SoundScan. Sur les 200 plus grands succès du palmarès au Canada, qui représentent quelque 25 % de tous les albums vendus, la part des artistes canadiens des unités vendues augmente depuis

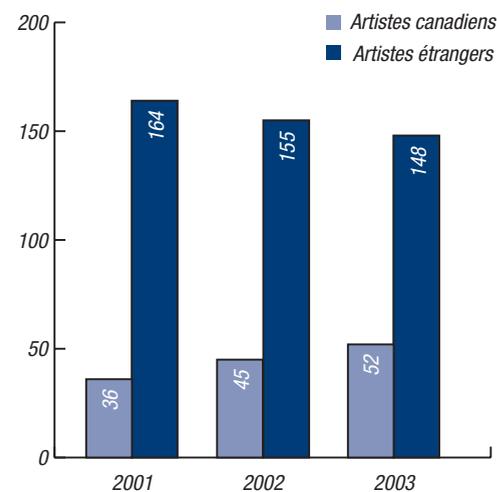
1998, s'élevant en 2003 à 27,2 % et 4,6 millions d'unités²³. Les unités vendues d'albums d'artistes canadiens figurant parmi les 200 plus grands succès du palmarès ont augmenté de 36,8 % entre 2001 et 2003, tandis que les artistes étrangers ont subi une baisse constante, reculant de 34,8 % durant la même période. La proportion d'albums d'artistes canadiens dans le palmarès de Nielsen SoundScan des 200 plus grands succès a également augmenté, passant de 18 % en 2001 à 26 % en 2003²⁴.

Les unités vendues d'albums d'artistes canadiens figurant parmi les 200 plus grands succès du palmarès ont augmenté de 36,8 % entre 2001 et 2003, tandis que les artistes étrangers ont subi une baisse constante, reculant de 34,8 % durant la même période.

Palmarès des 200 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes au Canada selon la nationalité de l'artiste –
Nombre d'unités

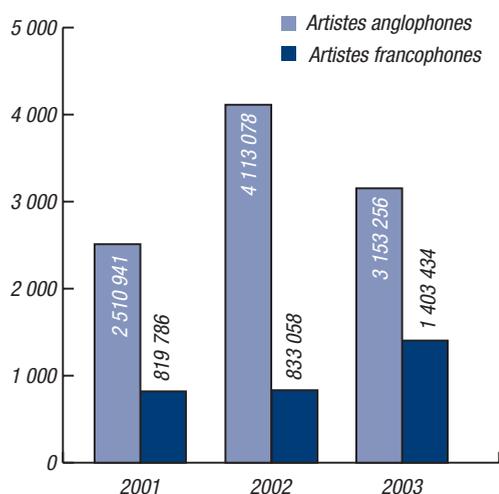


Palmarès des 200 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes au Canada selon la nationalité de l'artiste –
Nombre de titres

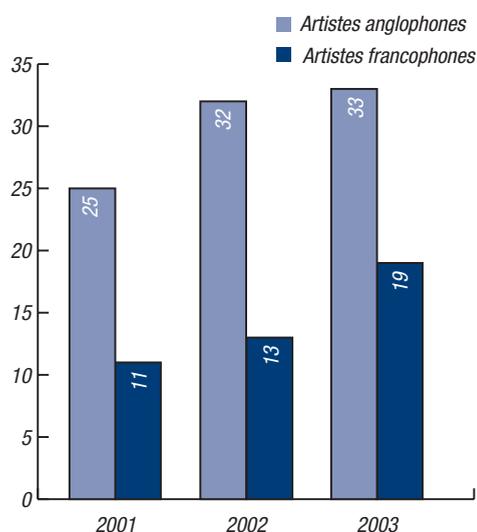


Source : Nielsen SoundScan

Palmarès des 200 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d’albums canadiens au Canada, selon la langue –
Nombre d’unités



Palmarès des 200 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d’albums canadiens au Canada, selon la langue –
Nombre de titres



Source : Nielsen SoundScan

Nouveaux enregistrements d’artistes canadiens

Depuis 1999, le nombre de nouveaux enregistrements lancés chaque année par des artistes canadiens a augmenté de 63,3 %, de 1 261 en 1999 à 2 059 en 2003. Les enregistrements canadiens-anglais expliquent à eux seuls cette croissance, passant de 1 043 en 1999 à 1 859 en 2003 après s’être élevés à 1 911 en 2002, selon la Canadian Music Industry Database (CMID).

Nouveaux enregistrements lancés par des artistes canadiens selon la langue

	1999	2000	2001	2002	2003
En français	218	205	236	223	200
En anglais	1 043	1 310	1 505	1 911	1 859
Total	1 261	1 515	1 741	2 134	2 059

Source : Canadian Music Industry Database (CMID) et SOPROQ

Le nombre d’enregistrements canadiens-français commercialisés depuis cinq ans est demeuré relativement constant, avec un creux de 200 en 2003 et un sommet sur cinq ans de 236 en 2001, selon la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ).

Répartition selon le genre

Sur les 2 059 nouvelles productions canadiennes commercialisées en 2003, la plus grande part – 54,9 % – revient au rock / pop; suivent le country et le folk (16,4 %), la musique urbaine et la *dance music* (9,8 %), le jazz et le blues (7 %), la musique du monde (3,6 %) et le classique (3,1 %). Les autres genres représentent 5,2 % des nouveaux enregistrements.

Nouveaux enregistrements lancés par des artistes canadiens (2003)

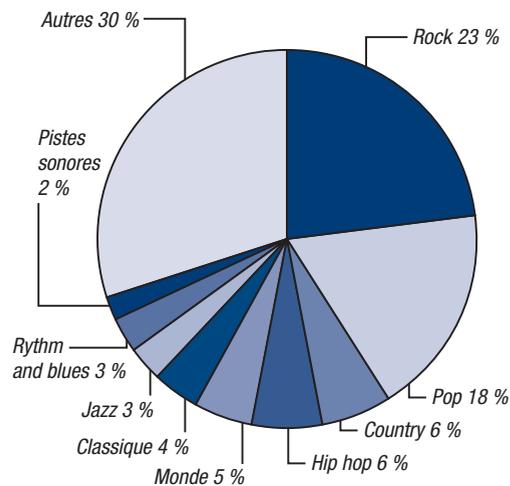
Genre	Nombre d'enregistrements	% du total
Classique	63	3,1 %
Country et folk	338	16,4 %
Jazz et blues	144	7,0 %
Autre	108	5,2 %
Pop/Rock	1 130	54,9 %
Urbain et danse	202	9,8 %
Musique du monde	74	3,6 %
Total	2 059	100,0 %

Source : Canadian Music Industry Database (CMID) et SOPROQ

La répartition des nouveaux enregistrements selon le genre se reflète dans les ventes. D'après la IFPI et la CRIA, les enregistrements de rock et de pop s'accaparaient 51 % des ventes totales, suivis du country (6 %), du hip hop (6 %), de la musique du monde (5 %), du classique (4 %), du jazz (3 %), du rythm and blues

(3 %) et des trames sonores (2 %). Les autres genres réunis détenaient une part de 11 %.

Ventes d'enregistrements au Canada selon le genre (2002)



Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique, *Recording Industry in Numbers*, 2003.

Disques or et platine, et autres statistiques de la CRIA sur les certifications

La CRIA a attribué 42 certifications d'albums aux artistes canadiens en 2003, soit sensiblement moins que les 71 de 2002. En 2003, il y avait 27 disques or, 6 platine, 8 multiplatine et 1 diamant. Le disque diamant est l'album *Let Go* d'Avril Lavigne, qui s'est vendu à plus de 1 million d'exemplaires.

Certifications au Canada d'artistes canadiens (CRIA)

	Or	Platine	Diamant	Total	Artistes
1999	28	41	3	72	60
2000	29	30	2	61	52
2001	24	24	1	49	40
2002	35	35	1	71	58
2003	27	14	1	42	40

Source : données de l'CRIA compilées par PCH.

Note : Pour une année donnée, la plus haute certification décernée à un album est prise en compte.

Les disques platine et multiplatine, correspondant à des ventes de plus de 100 000 unités, ont été attribués à des artistes comme Diana Krall (*Live in Paris*), Michael Bublé (*Michael Bublé*), Bruno Pelletier (*Concert de Noël*) et Sam Roberts (*We Were Born in a Flame*), ainsi qu'à des compilations comme *Star Académie* et *Oh Canada – A Canadian Celebration*.

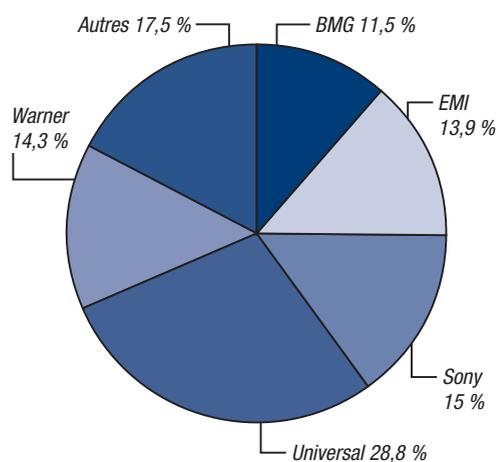
Les disques or, correspondant à des ventes de 50 000 unités, ont été attribués à La Chicane (*Ent'nous autres*), Chantal Kreviazuk (*What If It All Means Something*), Billy Talent (*Billy Talent*) et Nicola Ciccone (*J't'aime tout court*), entre autres.

Entreprises canadiennes

Les quatre principales maisons de disques et quelque 300 maisons de disques indépendantes du Canada se partagent un marché de la musique qui vaut actuellement environ 950 millions de dollars en chiffre d'affaires. (En comparaison, l'industrie canadienne d'édition de livres enregistre des revenus d'environ 2,4 milliards de dollars par année.)²⁵

Warner, EMI, Universal et la nouvelle entité Sony BMG réalisent plus de 80 % des ventes au Canada; la plus grande part de marché est détenue par Universal (30 %), contre les 27 % de Sony et BMG combinés. Bien que les grandes maisons retirent la plus grande partie de leurs revenus d'enregistrements étrangers, ils diffusent aussi certains des artistes canadiens qui connaissent le plus grand succès commercial, y compris ceux qui ont une grande renommée internationale. En 2000, les maisons de propriété étrangère – y compris les cinq « majors » et 11 maisons indépendantes étrangères – ont commercialisé 16 % des produits d'artistes canadiens, mais ont réalisé 54 % des ventes d'artistes canadiens.

Parts de marché des maisons de disques au Canada (2003)

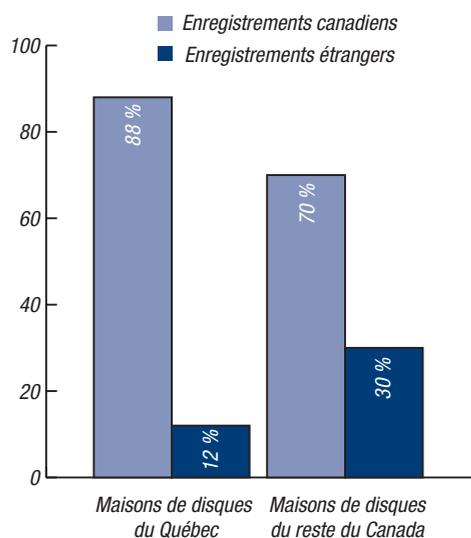


Source : Nielsen SoundScan – Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004.

Les quelque 300 maisons canadiennes indépendantes, pour leur part, jouent un grand rôle dans le développement des artistes canadiens, commercialisant d'année en année plus de 80 % de tous les nouveaux enregistrements canadiens et détenant une part de marché estimée de 15 %²⁶. Les nouveaux enregistrements d'artistes canadiens représentent environ 90 % du chiffre d'affaires des plus petites maisons – ayant un chiffre d'affaires inférieur à 1 million de dollars par année – et 77 % de celui des maisons avec un chiffre d'affaires supérieur à 1 million de dollars par année. Une douzaine de maisons obtiennent 80 % des quelque 200 millions de dollars gagnés par les indépendants (environ 12 % des ventes totales)²⁷. La réalité quotidienne des centaines de

micro-maisons de disques canadiennes est faite d'un intense dévouement de la part d'un modeste effectif d'employés à mi-temps disposant d'un mince budget.

Chiffre d'affaires des maisons de disques, selon l'origine



Source : *Profile of the Sound Recording Industry in Canada*, Nordicity Group Ltd.

Au Québec, les indépendants ont longtemps dominé le marché limité mais autosuffisant de la musique française. Selon l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), une centaine de maisons québécoises indépendantes produisent environ 200 albums par année, soit environ 90 % des nouveaux enregistrements en français, et assurent entre 25 % et 30 % des ventes annuelles d'enregistrements sonores dans la province²⁸.

Les maisons de disques étrangères et canadiennes ne sont toutefois pas isolées les unes des autres, et nombreuses sont celles qui concluent des accords commerciaux et partagent des ressources. Les maisons indépendantes sont souvent distribuées par les grandes maisons de disques étrangères et certaines ont en outre des accords avec les grandes maisons en matière de marketing.

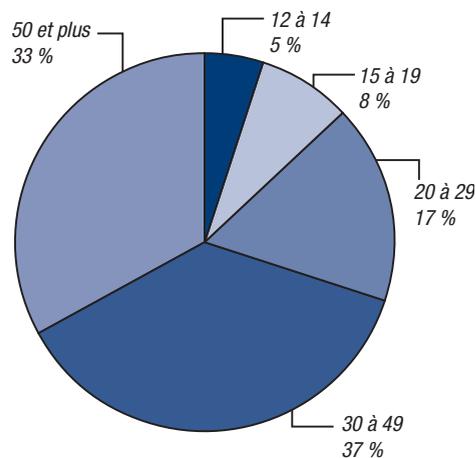
65 % des Canadiens et Canadiennes disent qu'ils achètent régulièrement ou occasionnellement de la musique enregistrée.

Le consommateur canadien de musique

Les recherches sur la démographie et l'opinion publique dressent le portrait d'un consommateur canadien de musique qui a depuis longtemps quitté l'adolescence. Nous formons une nation d'amateurs de musique et nous soutenons volontiers les artistes canadiens: 54 % des Canadiens et Canadiennes affirment écouter de la musique enregistrée (cassettes ou disques compacts) au moins quelques fois par semaine, et 19 % écoutent de la musique au moins une fois par jour. En outre, d'après un sondage mené par Millward Brown en 2003, 65 % des Canadiens et

Canadiennes disent qu'ils achètent régulièrement ou occasionnellement de la musique enregistrée²⁹. Plus des deux tiers des consommateurs de musique ont plus de 30 ans, selon des données de 2002 de la IFPI³⁰. Les acteurs de l'industrie le savent bien, profitant du succès obtenu par des artistes du genre adulte contemporain inspiré du jazz, comme Diana Krall et Michael Bublé, sans compter le succès phénoménal de l'artiste américaine Norah Jones.

Ventes selon l'âge – Canada (2002)



Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique, *Recording Industry in Numbers*, 2003.

Les sondages révèlent également que les Canadiens et Canadiennes tiennent la musique des artistes canadiens en haute estime; d'après un sondage mené par Millward Brown en 2003, un fort pourcentage d'entre eux, soit 92%, estime que

la qualité de la musique produite par les artistes canadiens est égale ou supérieure à celle des artistes étrangers. Lorsqu'on leur demande si les musiciens canadiens sont importants pour ce qui est d'appuyer l'identité culturelle des Canadiens et Canadiennes, 86 % des répondants sont d'accord (39 % tout à fait d'accord, 47 % quelque peu d'accord)³¹, tandis que 77 % des Canadiens et Canadiennes estiment qu'il est important d'acheter ou d'écouter de la musique faite au Canada (29 % très important, 48 % modérément important)³².

D'après un sondage mené par Millward Brown en 2003, un fort pourcentage d'entre eux, soit 92%, estime que la qualité de la musique produite par les artistes canadiens est égale ou supérieure à celle des artistes étrangers.

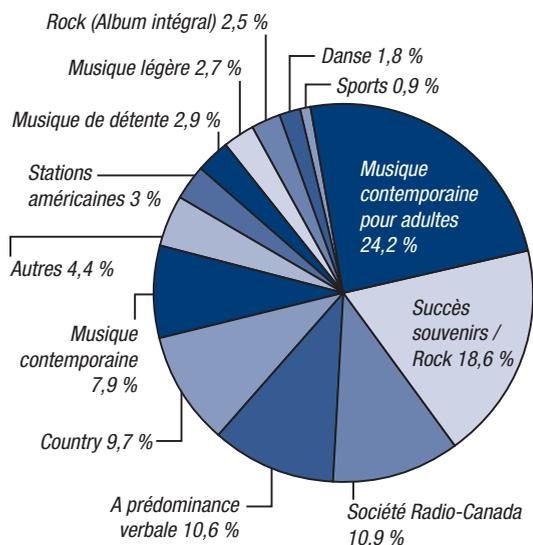
Auditoires de la radio

En 2003, les Canadiens et Canadiennes ont consacré en moyenne 19,5 heures par semaine à l'écoute de la radio, une heure de moins qu'en 1999, selon les plus récentes données des enquêtes de

Statistique Canada. Le temps consacré à l'écoute de la radio par les adolescents (12 à 17 ans) diminue constamment depuis plusieurs années, de 11,3 heures par semaine en 1999 à 8,5 heures en 2003. Le groupe démographique écoutant le plus la radio au Canada est celui des femmes de 65 ans ou plus, avec 23,5 heures par semaine, suivies des hommes de 35 à 49 ans, avec 22,3 heures par semaine³³.

Les trois formules radiophoniques les plus répandues au Canada, en 2003 comme en 2002, sont la musique contemporaine pour adulte (24,2 % d'auditoire), succès souvenirs et rock (18,6 %) et la SRC / CBC (10,9 %); suivent les stations à prépondérance verbale (10,6 %), le country (9,7 %) et la musique contemporaine (7,9 %). Chez les adolescents, les trois formules les plus prisées sont adulte contemporain (22,2 %), succès souvenirs et rock (21,5 %) et musique contemporaine (20 %). En 1999, les adolescents préféraient nettement la musique contemporaine, (42 %), mais ce genre est en perte de vitesse depuis quelques années, de nombreuses stations passant aux genres adulte contemporain et succès souvenirs.

Répartition en pourcentage des heures d'écoute de la radio, selon la formule – Automne 2003



Sources : Statistique Canada : Banque de données sur l'écoute de la radio, automne 2003; L'écoute de la radio, juillet 2004, no. 87F0007XIF au catalogue.

Le téléchargement et les nouvelles technologies

L'impact du partage des fichiers sur les réseaux P2P fait l'objet d'un débat persistant. Au sein de l'industrie de l'enregistrement sonore, nombreux sont ceux qui diraient que les ventes de musique en ont souffert, et la plupart des sondages récents semblent le confirmer. Lors d'un sondage réalisé par Pollara et commandité par l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA), seulement

35 % des consommateurs canadiens de musique qui téléchargent des fichiers de musique étaient susceptibles d'avoir acheté de la musique au cours du mois précédent, par rapport à 52 % parmi les consommateurs du musique qui ne font pas du téléchargement³⁴. En outre, parmi les consommateurs de musique affirmant avoir dépensé moins à l'achat de musique dans la dernière année, 28 % affirmaient que le téléchargement et le gravage de CD étaient les principales raisons de la diminution de leurs achats³⁵.

Cependant, une enquête réalisée récemment par deux chercheurs américains a permis de constater que le partage de fichiers n'avait pas d'effet sur les ventes de CD. Utilisant les données obtenues auprès de serveurs de partage de fichiers au deuxième semestre de 2002, les chercheurs, respectivement de la Harvard Business School et de l'université de Caroline du Nord, n'ont trouvé aucune corrélation significative entre les habitudes en matière de partage de fichiers et la chute des ventes de CD aux États-Unis entre 2000 et 2002. Ils ont aussi constaté que pour la plupart des albums parmi les 25 % les plus prisés, le téléchargement produisait un effet positif sur les ventes³⁶.

La Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), bien que s'opposant sans ambiguïté au partage de fichiers sur les réseaux P2P, a reconnu que la consommation totale de musique, y compris les ventes de musique et le téléchargement, a augmenté de 30 % entre 1997 et 2002 dans cinq grands marchés mondiaux dont le Canada. Même si de nombreux acteurs de l'industrie espèrent que cela se traduira par une demande de services commerciaux de téléchargement, cela s'est surtout vu aux États-Unis. Entre la fin de 2002 et 2003, le pourcentage d'Américains de 12 ans et plus ayant payé pour télécharger des pistes a presque triplé, passant de 8 % à 22 %. Au Canada au début de 2004, seulement 15 % des personnes faisant des téléchargements avaient acheté un fichier musical.

De fait, l'industrie canadienne des téléchargements payants en est toujours à ses premiers pas. À la mi-2004, trois acteurs s'étaient établis sur le marché canadien : Puretracks.com, Archambaultzik.com et le service américain Napster. Chacun de ces services propose environ 300 000 chansons aux consommateurs, par rapport aux plus de 700 000 pistes d'iTunes aux États-Unis. Les grandes maisons de disques comme les maisons indépendantes continuent

cependant de s'empresser de conclure des accords avec ces services alors que s'atténue la résistance de l'industrie au fichier numérique. Entre-temps, la recherche sur l'opinion publique démontre qu'il existe un marché pour de tels services au Canada, 56 % des personnes faisant du téléchargement affirmant qu'ils préféreraient télécharger de la musique d'une source en ligne légitime plutôt que d'acheter un CD d'un magasin de disques³⁷.

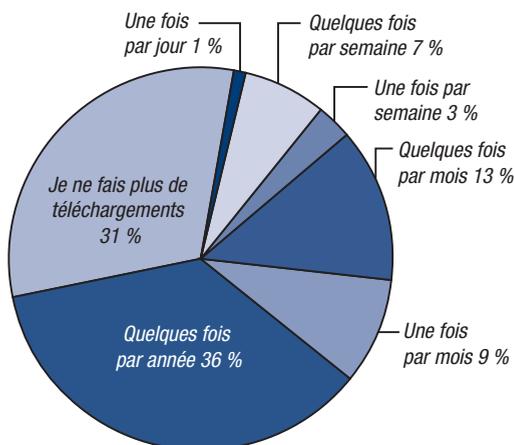
31 % des Canadiens et Canadiennes qui avouent avoir téléchargé des fichiers musicaux à un moment ou un autre affirment aussi ne plus le faire.

Certains pensent toutefois que les services de téléchargements payants demeureront marginaux jusqu'à ce que le rythme des téléchargements gratuits diminue. Bien que le partage de fichiers sur des sites comme Kazaa semble ne plus être à son sommet – surtout aux États-Unis où le nombre de personnes faisant des téléchargements occasionnels a baissé face à la menace de poursuites de la part de la Recording Industry Association of America –, les dernières statistiques montrent que le partage de fichiers continue d'augmenter au Canada. Lors

d'un sondage réalisé au printemps 2004, la moitié des répondants canadiens de 12 à 19 ans affirmaient avoir téléchargé un fichier musical au cours du dernier mois – soit moins que le sommet de 60 % au printemps 2003, mais davantage que les 40 % partageant des fichiers au moins une fois par mois à la fin de 2003³⁸.

de l'aspect légal : selon l'enquête, les Canadiens et Canadiennes qui ont cessé de télécharger disent que les préoccupations quant aux aspects légaux étaient le principal facteur³⁹. On ignore encore l'effet qu'aura le jugement de mars 2004 de la Cour fédérale sur la fréquence du partage de fichiers.

Fréquence du téléchargement de fichiers MP3 dans Internet par les Canadiens



Note : univers = 422 répondants qui ont déjà téléchargé un fichier MP3.

Source : *The Canadian interactive Reid Report – Music Downloading in Canada: Past, Present and Future, A Special Feature* / printemps 2004.

Pourtant, une autre enquête récente a constaté que 31 % des Canadiens et Canadiennes qui avouent avoir téléchargé des fichiers musicaux à un moment ou un autre affirment aussi ne plus le faire. Nombre d'entre eux semblent tenir compte



II – LE MARCHÉ INTERNATIONAL



II – Le marché international

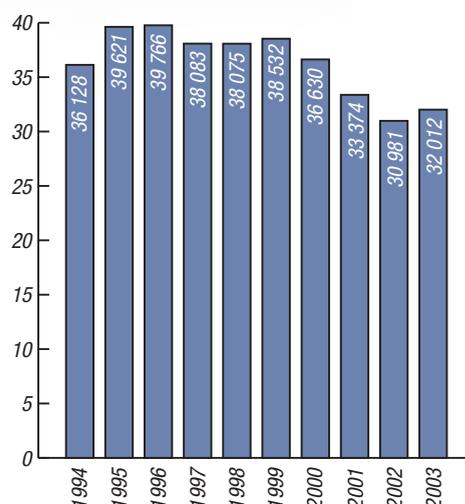
Ventes et tendances du marché à l'échelle mondiale

En juillet 2004, les organismes antitrusts des États-Unis et d'Europe ont approuvé la fusion entre le groupe Sony Musique et BMG, ouvrant la voie à une coentreprise paritaire. Les autorités ont soutenu qu'il n'y avait pas suffisamment de preuve que la fusion – laquelle ramènera le nombre de grandes maisons de disques de cinq à quatre – aura des effets négatifs pour les consommateurs.

La création de Sony BMG survient après quatre années consécutives de diminution des ventes d'enregistrements sonores à l'échelle mondiale. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes mondiales ont baissé de 7,6 % en 2003, en dollars américains constants⁴⁰. Parmi les grands marchés, les plus fortes diminutions ont été enregistrées en Europe. Les ventes ont chuté de 19 % en Allemagne, de 14,4 % en

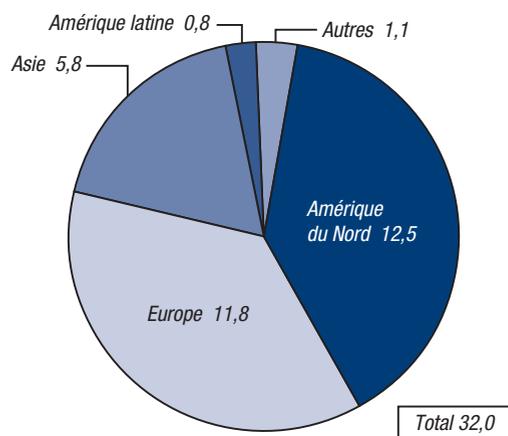
France et de 9,4 % en Espagne. L'Europe, qui représente 37 % du marché mondial, a vu ses ventes totales diminuer de 8,7 % contre 5,9 % en Amérique du Nord. Le Japon, qui représente 15,5 % du marché mondial, a vu ses ventes baisser de 9,2 %.

Valeur des ventes au détail de musique enregistrée – marché mondial (en millions \$US)



Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique – Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004.

Valeur au détail, selon la région (en milliards \$US) (2003)



Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique – Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004.

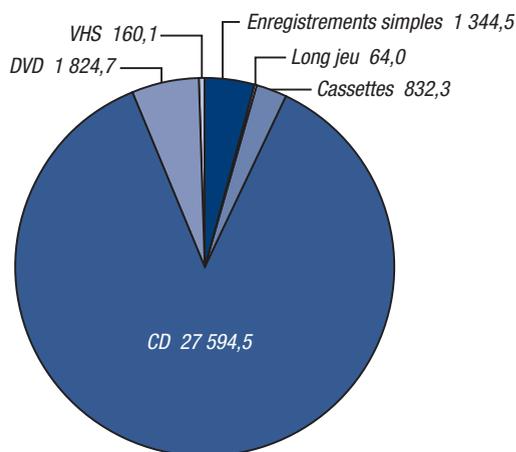
Ventes mondiales de musique enregistrée au détail, classement selon la valeur (2003)

Classement 2003	Pays	Valeur (en millions \$US)	% des ventes mondiales
1	États-Unis	11 848	37
2	Japon	4 910	15
3	Royaume-Uni	3 216	10
4	France	2 115	7
5	Allemagne	2 022	6
6	Canada	676	2
7	Australie	674	2
8	Italie	645	2
9	Espagne	596	2
10	Pays-Bas	499	2

Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique – Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004.

La valeur au détail des CD vendus au monde, qui correspond à 86,2 % de la valeur de toute la musique vendue à l'échelle internationale, a diminué de 9,1 %. Le seul type de produit qui a progressé dans les ventes au détail est le vidéoclip sur DVD, qui représente 5,7 % de la valeur du marché. Grâce à l'adoption répandue des lecteurs de DVD, la valeur totale de ces produits a augmenté de 67 %. Parmi les 10 premiers marchés des DVD musicaux – qui accaparent 90 % des ventes de DVD au monde –, le Canada a connu la plus forte croissance en 2003, soit 150 %.

Valeur des ventes mondiales de musique enregistrée au détail, selon le support (en millions \$US) (2003)



Source : Fédération internationale de l'industrie phonographique – Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004.

Certains marchés montrent des signes de reprise. Les ventes ont augmenté de 0,1 % au Royaume-Uni et de 5,9 % en Australie, qui assurent respectivement 10 % et 2 % des ventes mondiales. Les États-Unis, avec 37 % du marché mondial, a vu la diminution de ses ventes s'atténuer au deuxième semestre de 2003. D'après Nielsen SoundScan, les ventes unitaires aux États-Unis étaient 10,5 % plus élevées au dernier trimestre de 2003 qu'au même trimestre de 2002, les ventes d'albums étant en hausse de 5,6 %. Cette tendance s'est poursuivie en 2004 : sur les cinq premiers mois de l'année, les ventes d'albums aux États-Unis étaient 7 % plus élevées qu'à la même période en 2003; les ventes de téléchargements étaient également plus fortes⁴¹.

Comme au Canada et aux États-Unis, l'industrie mondiale de la musique considère l'échange de fichiers musicaux et le gravage de CD comme les grandes causes de la chute des ventes. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes unitaires mondiales de CD contrefaits ont augmenté de 4 % en 2003, à 1,1 milliard d'unités – soit plus du tiers de tous les CD vendus au monde⁴². Cependant, la technologie a aussi permis l'avènement d'un nouveau produit commercial : la sonnerie de téléphone mobile. Le phénomène – où les utilisateurs

achètent de sites Web commerciaux des versions simplifiées de mélodies connues et les téléchargent sur leur téléphone – ne s'est jusqu'à présent répandu qu'en Europe et en Asie, où la pénétration du téléphone mobile est bien plus grande qu'en Amérique du Nord. Il a toutefois déjà montré son potentiel : au Royaume-Uni en 2003, les ventes de nombreux enregistrements étaient plus fortes sous forme de sonneries que d'enregistrements simples⁴³. Un récent sondage démontre aussi le marché potentiel des sonneries au Canada : bien que des sonneries provenant d'enregistrements maîtres n'y étaient pas disponibles en 2003, 30 % des répondants ont affirmé qu'ils envisageraient d'en acheter lorsqu'elles le seraient⁴⁴.

L'industrie canadienne de la musique sur la scène internationale

Le Canada a acquis une solide réputation pour ce qui est de produire des artistes musicaux exerçant un attrait commercial à l'échelle mondiale. Cette dernière décennie, les ventes mondiales des 10 plus récents grands succès internationaux du Canada ont atteint 359,5 millions d'unités soit environ 5,4 milliards de dollars américains au prix de détail moyen de 15 \$US l'album. Céline Dion figure en tête avec

des ventes de 150 millions d'unités depuis 1995, suivie de Shania Twain (70 millions), Alanis Morissette (45 millions) et Avril Lavigne (20 millions)⁴⁵.

Ventes mondiales des 10 meilleurs vendeurs canadiens depuis janvier 1995

	Artiste	Ventes mondiales approximatives (en millions d'unités)
1	Céline Dion	150
2	Shania Twain	70
3	Alanis Morissette	45
4	Avril Lavigne	20
5	Sarah McLachlan	19
6	Nickelback	17
7	Diana Krall	11,5
8	Barenaked Ladies	11
9	Nelly Furtado	6
10	Sum 41 (ex æquo)	5
10	Our Lady Peace (ex æquo)	5

Source : *Applaud!*, vol. 2, n°11, juillet-août 2004.

La performance canadienne s'est d'ailleurs améliorée au fil des ans, à en juger d'après la liste annuelle des Canadiens et Canadiennes ayant obtenu des certifications or et platine dans les marchés internationaux. Depuis cinq ans, le nombre de certifications attribuées à des artistes canadiens dans nos trois plus grands marchés étrangers – les États-Unis, la France et le Royaume-Uni – a augmenté de presque 70 %, de 23 en 1999 à 39 en 2003, s'élevant à 144 sur ces cinq ans.

Certifications aux États-Unis d'albums d'artistes canadiens (RIAA)

	Or	Platine	Total	Artistes
1999	3	9	12	6
2000	6	5	11	9
2001	7	8	15	12
2002	4	9	13	11
2003	7	11	18	13

Source : données de la RIAA compilées par PCH.

Note : Pour une année donnée, la plus haute certification décernée à un album est prise en compte.

Certifications en France d'albums d'artistes canadiens (SNEP)

	Or	Platine	Total	Artistes
1999	1	5	6	3
2000	3	4	7	6
2001	2	9	11	7
2002	5	7	12	8
2003	3	11	14	7

Source : données de la SNEP compilées par PCH.

Note : Pour une année donnée, la plus haute certification décernée à un album est prise en compte.

Certifications au Royaume-Uni d'albums d'artistes canadiens (BPI)

	Or	Platine	Total	Artistes
1999	2	3	5	5
2000	0	2	2	2
2001	0	1	1	1
2002	1	9	10	8
2003	2	5	7	6

Source : données de BPI compilées par PCH.

Note : Pour une année donnée, la plus haute certification décernée à un album est prise en compte.

Les États-Unis, premier marché étranger du Canada, a décerné 69 certifications à des Canadiens depuis 1999. Pendant cette période, c'est en 2003 qu'il y a eu le plus grand nombre de certifications : 18 albums or ou platine ont été décernés à 13 artistes différents, avec en tête Shania Twain pour son album *Up* (10 fois platine, soit 10 millions d'albums vendus), Avril Lavigne pour *Let Go* (6 fois platine) et Nickelback pour *Silver Side Up* (5 fois platine). Shania Twain a établi le record sur cinq ans parmi les artistes canadiens aux États-Unis, avec son album *Come On Over* 19 fois platine. La France a décerné 50 certifications à des Canadiens depuis cinq ans, dont cinq artistes qui ont atteint le niveau diamant (1 millions d'albums vendus) : Isabelle Boulay, Céline Dion, Lara Fabian, Garou et Neil Young (pour une réédition de *Harvest*). Parmi les Canadiens qui ont connu le plus grand succès au Royaume-Uni pendant la même période figurent Alanis Morissette, Shania Twain et Céline Dion – qui, ce qui n'est guère surprenant, a obtenu le plus de certifications dans les trois marchés depuis cinq ans, soit 21 certifications⁴⁶.

Le succès des Canadiens ne se limite évidemment pas à ces marchés. Par exemple, le plus récent album de Nelly Furtado, *Folklore*, a atteint le niveau platine en Allemagne et or dans cinq pays dont l'Inde et les Pays-Bas. Le *So-Called Chaos* d'Alanis Morissette a obtenu l'or dans sept pays dont la Norvège et Taïwan. Quant à Avril Lavigne, son *Under My Skin* est parvenu au sommet du palmarès des albums en Grèce et en Espagne.



III – DROITS D’AUTEUR MUSICAUX AU CANADA



III – Droits d’auteur musicaux au Canada

La composition et l’édition de musique au Canada

Les éditeurs de musique coopèrent étroitement avec les auteurs et compositeurs pour assurer la promotion de leurs chansons. L’accord d’édition typique prévoit que l’auteur ou le compositeur cède la propriété et le contrôle des œuvres musicales protégées par le droit d’auteur à l’éditeur, qui touche un pourcentage des revenus engendrés par son utilisation commerciale. La Société canadienne des auteurs, compositeurs et de leurs éditeurs de musique (SOCAN) gère les droits d’exécution publique au nom des auteurs, compositeurs et éditeurs et perçoit les redevances auprès des utilisateurs de la musique protégée par le droit d’auteur au Canada (pour l’exécution publique des œuvres) et redistribuer les montants à ses membres au titre de droits d’auteur. Au Canada, la SOCAN est la seule société de gestion des droits d’auteur à l’égard de l’exécution publique d’œuvres musicales. Presque tous les auteurs, compositeurs et éditeurs canadiens sont membres de la SOCAN, de sorte que les données qu’elle fournit aident à expliquer le succès de l’ensemble des auteurs, compositeurs et

éditeurs canadiens. La SOCAN coopère également avec des sociétés internationales affiliées en vue de distribuer des droits d’auteur aux artistes créateurs et éditeurs étrangers ainsi que de percevoir à l’étranger les recettes qui reviennent aux auteurs, compositeurs et éditeurs canadiens.

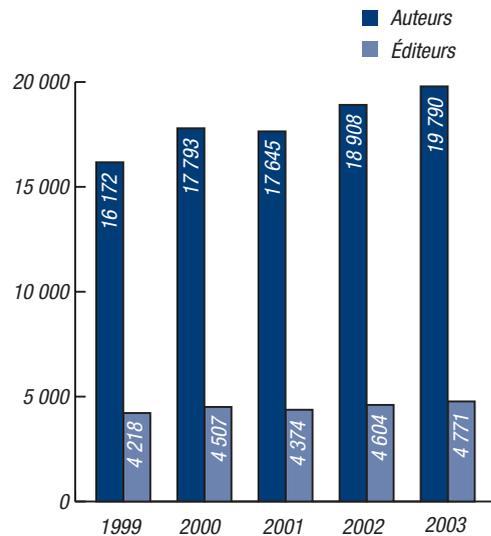
En 2003, la SOCAN disposait de 152,1 millions de dollars à distribuer à ses membres, 10,3 % de plus que l’année précédente. Les revenus totaux de la SOCAN en 2003, qui comprennent 3,8 millions de dollars en redevances provenant de la copie privée, s’élevaient à 180,7 millions de dollars, 8,9 % de plus que l’année précédente. La même année, les frais administratifs nets ont augmenté légèrement de 1,9 %, à 28,7 millions de dollars.

Le nombre de membres qui ont reçu des droits d’auteur est passé d’à peine plus de 16 000 en 1999 à plus de 19 500 en 2003

Depuis cinq ans, la SOCAN a vu augmenter aussi bien le nombre de ses membres que les redevances qu’elle perçoit et distribue. Le nombre de membres qui ont

reçu des droits d'auteur est passé d'à peine plus de 16 000 en 1999 à plus de 19 500 en 2003, et les droits d'auteur pour les auteurs et compositeurs ont progressé de 73,2 % pendant la même période. Entre-temps, le nombre d'éditeurs a augmenté de 4 218 à 4 771; les droits d'auteur perçus au Canada et leur revenant ont augmenté de 48,6 %, à 41,3 millions de dollars. (Note : Ces résultats excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais restants sur les frais du câble et les droits d'auteurs provenant de la copie privée.)

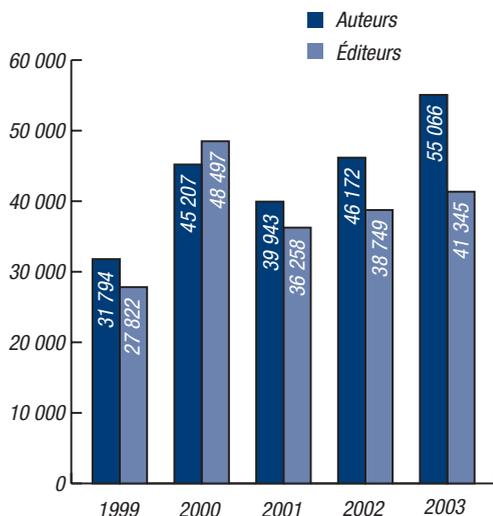
Nombre d'auteurs et d'éditeurs recevant des redevances de la SOCAN



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

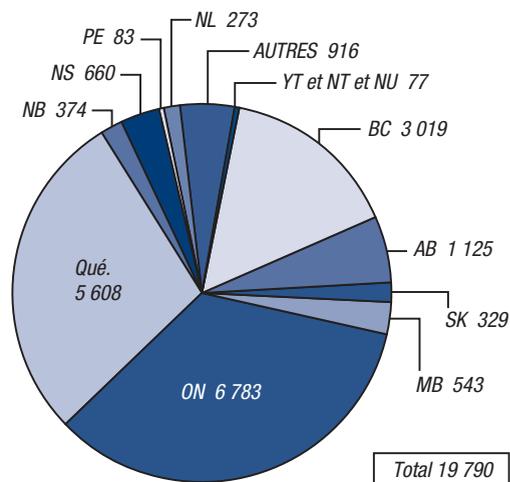
Redevances versées par la SOCAN (en milliers \$)



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

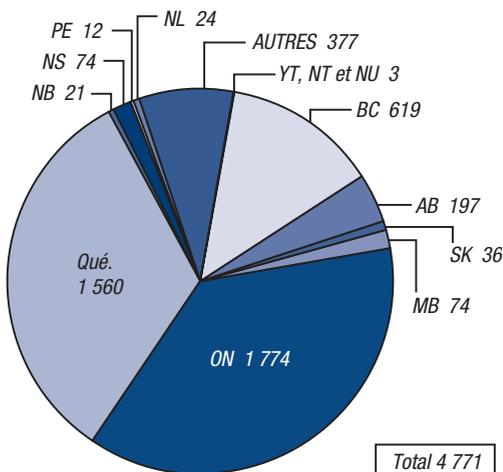
Nombre d'auteurs ayant reçu des redevances de la SOCAN, 2003



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Nombre d'éditeurs ayant reçu des redevances de la SOCAN, 2003



Source : SOCAN

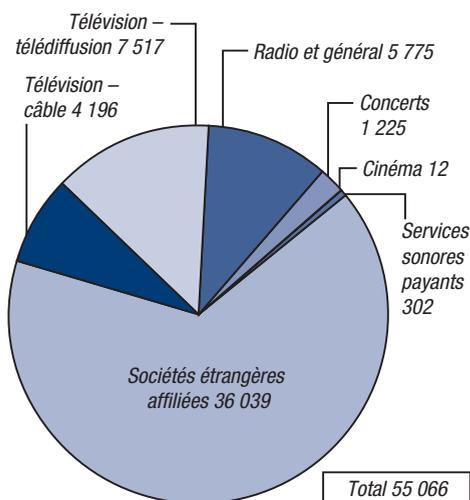
Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Distribution des droits d'auteur provenant des droits d'exécution publique

En 2003, les marchés internationaux étaient la plus grande source de droits d'auteur pour les auteurs et compositeurs membres de la SOCAN, leur assurant 65,4 % des montants totaux distribués, soit 36,0 millions de dollars, par rapport à 28,4 millions de dollars l'année précédente. Parmi les sources intérieures, la télévision hertzienne a fourni la plus grande part des redevances aux auteurs et compositeurs (7,5 millions de dollars), 3,7 % de plus qu'en 2002, suivie de la radio (5,8 millions de dollars) et de la télévision

par câble (4,2 millions de dollars). Les services sonores payants ont fourni des droits d'auteur pour la première fois en 2003, à hauteur de 302 000 \$. Les versements provenant de concerts ont augmenté de 16,1 % à 1,2 million de dollars en 2003 tandis que les droits provenant du cinéma sont demeurés stables à 12 000 \$.

Redevances de la SOCAN aux auteurs, selon la source, 2003 (en milliers \$)

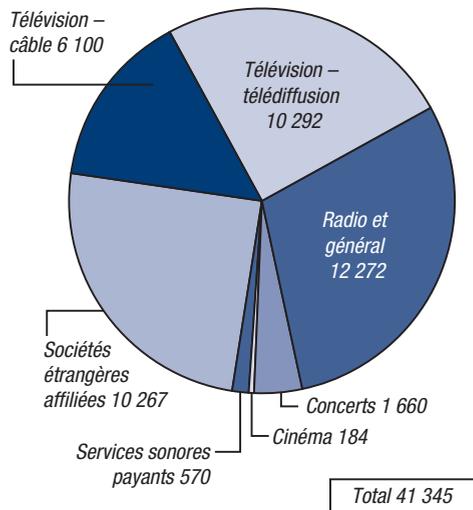


Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Pour les éditeurs, c'est la radio qui était la première source de redevances (12,3 millions de dollars), suivie de la télévision hertzienne (10,3 millions de dollars) et des agences étrangères affiliées (10,3 millions de dollars).

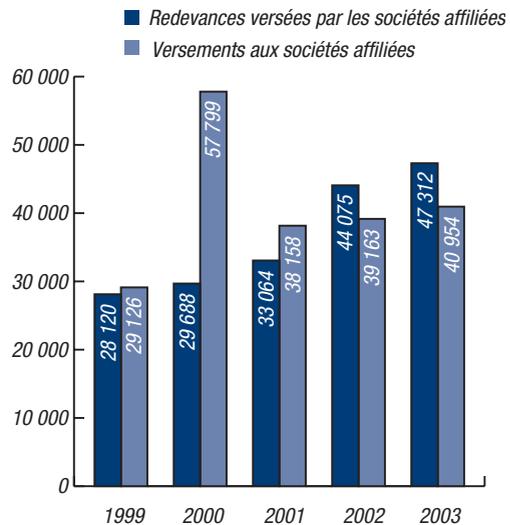
Redevances de la SOCAN aux éditeurs, selon la source, 2003 (en milliers \$)



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrérages spéciaux du câble, les arrérages des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Redevances versées aux sociétés affiliées ou redevances versées par les sociétés à la SOCAN (en milliers \$)



Source : SOCAN

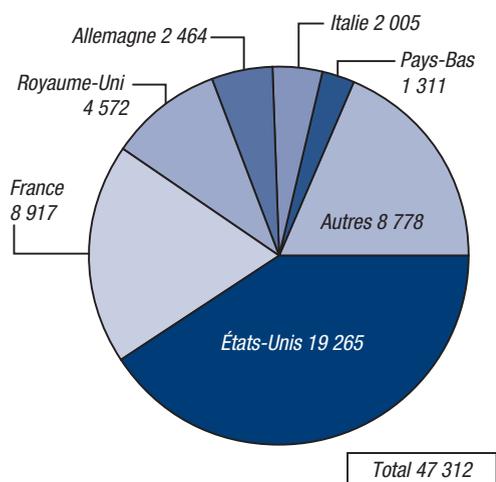
Note : Les montants excluent les revenus des arrérages spéciaux du câble, les arrérages des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Droits d'auteur provenant des droits d'exécution publique de sources étrangères

Les redevances étrangères revenant aux membres de la SOCAN ont augmenté de 7,3 % en 2003, à 47,3 millions de dollars, selon la SOCAN. Celle-ci perçoit ces droits auprès d'agences étrangères et les distribue à ses membres. En 2003, les redevances provenant de l'étranger qui ont été reçues par la SOCAN ont surpassé la distribution à l'étranger, lesquelles ont augmenté de 4,6 %, à 41,0 millions de dollars par rapport à 2002.

Les États-Unis sont la plus grande source étrangère de droits d'exécution publique, représentant 40,7 % de toutes les redevances étrangères, suivis de la France (18,8 %) et du Royaume-Uni (9,7 %). Les redevances de la France autant que du Royaume-Uni ont augmenté en 2003, respectivement de 39,9 % et de 27,2 %. Les États-Unis ont perçu 19,3 millions de dollars pour les artistes et éditeurs canadiens en 2003, 12,4 % de moins que l'année précédente; le montant a néanmoins augmenté de 60,4 % sur cinq ans.

Recettes en provenance des sociétés affiliées, 2003 (en milliers \$)



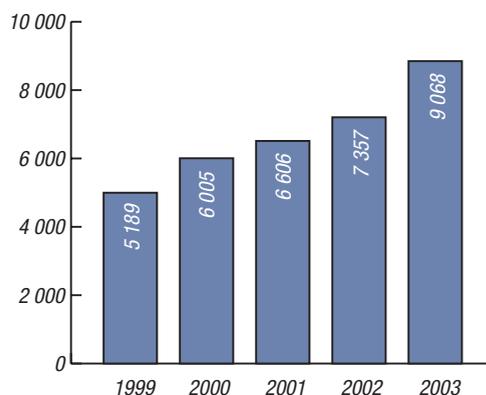
Source : SOCAN

Selon le groupe de recherche MHL Communications toutefois, les chiffres de la SOCAN ne révèlent qu'une partie de la réalité. La SOCAN perçoit les droits internationaux d'exécution publique d'œuvres musicales pour le compte de ses membres, mais de nombreux éditeurs de musique canadiens perçoivent leurs redevances par l'entremise de représentants (agents, éditeurs affiliés, etc.) dans les marchés étrangers. En prenant ce fait en compte, MHL calcule que les droits d'auteur internationaux atteindraient non moins de 72,0 millions de dollars, 57,0 % de plus qu'en 2001 et sensiblement plus que les droits d'auteur perçus au Canada.

Redevances sur les représentations musicales devant public perçues par la SOCAN

Bien que le Canada ne dispose d'aucune source de données centralisée pour l'assistance aux représentations musicales devant public, les redevances qui y sont associées ont constamment augmenté depuis 1999, ce qui témoigne de la vitalité de ce secteur au Canada. La SOCAN perçoit un tarif de 3 % à l'égard des concerts de musique populaire; l'augmentation annuelle de ces droits dépasse les 10 %. La plus forte augmentation a été constatée en 2003, lorsque les droits versés par les salles de concert, bars et autres établissements présentant des spectacles de musique ont augmenté de plus de 23,3 %, de 7,4 millions de dollars en 2002 à presque 9,1 millions de dollars l'an dernier.

Droits de licence versés à la SOCAN par le fonds des concerts (en milliers \$)



Source : SOCAN

Les montants en provenance du fonds des concerts versés par la SOCAN à ses membres ainsi qu'aux agences étrangères de droits d'exécution ont été plus modestes, diminuant en fait de 3,6 % entre 2002 et 2003. Depuis cinq ans cependant, les versements provenant du fonds des concerts ont augmenté de 18 %, de 4,6 millions de dollars en 1999 à 5,4 millions de dollars en 2003.

**Montants provenant du fonds
des concerts versés par la SOCAN
aux créateurs, aux éditeurs et aux
sociétés affiliées (en milliers \$)**

	Créateurs – SOCAN	Éditeurs – SOCAN	Sociétés étrangères affiliées
1999	987	1 432	2 178
2000	1 082	1 634	2 475
2001	1 035	1 616	2 561
2002	1 055	1 817	2 758
2003	1 225	1 660	2 541

Source : SOCAN

Autres sources de droits d'auteur

Les **droits mécaniques** sont versés aux compositeurs, aux auteurs-compositeurs, aux chansonniers et aux éditeurs lorsque leurs chansons sont enregistrées, téléchargées légalement ou utilisées dans des films, des émissions de télévision ou des annonces publicitaires. Les deux principales sociétés de gestion collective mais non exclusives percevant ces droits

au Canada sont la Canadian Mechanical Reproduction Rights Agency ltd. (CMRRA) et la Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs du Canada (SODRAC). Selon une étude réalisée en 2001 par Paul Audley and Associates et Michel Houle, les droits mécaniques représenteraient des revenus annuels estimés à 100 millions de dollars, lesquels sont versés à des créateurs et éditeurs tant canadiens qu'étrangers.

La redevance relative aux **copies privées** est versée aux compositeurs, aux auteurs-compositeurs, aux éditeurs de musique, aux artistes exécutants et aux maisons de disques pour les copies de leurs enregistrements faites sur des supports enregistrables vierges. En 2003, la Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP) a perçu 28 millions de dollars, le même montant qu'en 2002, pour distribution à des bénéficiaires tant canadiens qu'étrangers.

Les **droits voisins** dédommagent les exécutants et auteurs d'enregistrements sonores pour l'exécution publique de leurs œuvres⁴⁷. Au Canada, les droits voisins sont payés par la radio et les services sonores payants. D'après les données de la Société canadienne de gestion des droits voisins (SCGDV), on estime que les droits connexes ont produit des revenus de 12 millions de dollars en 2003.

Notes

- 1 Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004. Informa Media Group.
- 2 Palmarès des 200 plus grands succès – Nielsen SoundScan.
- 3 Palmarès des 200 plus grands succès – Nielsen SoundScan.
- 4 Millward Brown Goldfarb, Consumer Trendz, 2003.
- 5 Données de la SOCAN; d'autres sources estiment que les droits d'auteur de sources étrangères revenant aux Canadiens s'élèvent à 72 millions de dollars (voir section III).
- 6 Nielsen SoundScan MarketWatch, le 19 septembre 2004.
- 7 Pricewaterhouse Coopers, dans la revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004.
- 8 « Canadian Indie Labels Caught in Dispute Between HMV and EMI » (Les maisons de disques indépendantes du Canada sont victimes de la lutte entre HMV et EMI), le 22 mai 2004, www.cirpa.ca.
- 9 Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004. Informa Media Group.
- 10 Fédération internationale de l'industrie phonographique, *The Recording Industry in Numbers*, 2004.
- 11 Rapport de la IFPI sur la musique en ligne, 2004.
- 12 Canadian Inter@ctive Reid Report – Music Downloading in Canada: Past, Present and Future – A Special Feature, Spring 2004.
- 13 CRIA-Pollara.
- 14 Canadian Inter@ctive Reid Report – Music Downloading in Canada: Past, Present and Future – A Special Feature, Spring 2004.
- 15 Statistique Canada, L'écoute de la radio : tableaux de données, juillet 2004.
- 16 Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004. Informa Media Group.
- 17 Revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004. Informa Media Group.
- 18 Données de la CRIA, juillet 2004.
- 19 Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004. Informa Media Group.
- 20 Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004. Informa Media Group.
- 21 Nielsen SoundScan MarketWatch, le 19 septembre 2004.
- 22 Revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004. Informa Media Group.
- 23 Nielsen SoundScan.
- 24 Nielsen SoundScan.
- 25 Statistique Canada, Éditeurs et diffuseurs exclusifs de livres, 2000-2001. N° de catalogue 87F0004XDB.
- 26 Selon des données de 2000 de Statistique Canada. Des données plus récentes sur les parts de marché situant les maisons indépendantes plus près de 20 % tiennent habituellement compte des 11 maisons indépendantes de propriété étrangère présentes au Canada.
- 27 Profile of the Sound Recording Industry in Canada, Nordicity Group, 2004.
- 28 Montreal Gazette, « Au carrefour numérique : l'industrie de la musique québécoise est bien partie pour calmer la tempête qui déferle sur elle. On compte parmi ses avantages un modèle de partenariat indépendant et un vedettariat à la fois solide et intime. » [traduction] D1, 27 mars 2004.
- 29 Millward Brown Goldfarb, Consumer Trendz, 2003.
- 30 IFPI, *The Recording Industry in Numbers*, 2003.
- 31 Millward Brown Goldfarb, Consumer Trendz, 2003.
- 32 Ekos, *Rethinking North American Integration*, 2002.
- 33 Statistique Canada, L'écoute de la radio : tableaux de données, juillet 2004.
- 34 CRIA-Pollara, le 6 juillet 2004.
- 35 CRIA-Pollara, le 6 juillet 2004.
- 36 Oberholzer et Strumpf, *The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis*, mars 2004.
- 37 Canadian Inter@ctive Reid Report – Music Downloading in Canada: Past, Present and Future – A Special Feature, Spring 2004.
- 38 Solutions Research Group, le 24 juin 2004.
- 39 Canadian Inter@ctive Reid Report – Music Downloading in Canada: Past, Present and Future – A Special Feature, Spring 2004.
- 40 « Les ventes ont diminué malgré que la valeur des ventes mondiales de musique enregistrée ait augmenté en dollars courants de presque 3 milliards de dollars, à un peu plus de 32 milliards de dollars. Cependant, l'augmentation s'explique presque entièrement par la faiblesse du dollar américain par rapport aux autres grandes monnaies. » Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004. Informa Media Group.
- 41 Revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004. Informa Media Group.
- 42 « Study: Global CD Piracy Trade Tops \$4.5 billion » (Étude : Le commerce mondial du piratage dépasse les 4,5 milliards de dollars), par Bernhard Warner, Reuters, le 22 juillet 2004.
- 43 Revue *Music & Copyright*, le 28 avril 2004. Informa Media Group.
- 44 CRIA, juillet 2004.
- 45 Magazine *Applaud!*, juillet-août 2004.
- 46 Aux États-Unis, 500 000 unités vendues correspondent à un album certifié or, et 1 million, à un album platine. Au Royaume-Uni, les certifications prévues sont argent (60 000), or (100 000) et platine (300 000). La France dispose des mêmes certifications, et par surcroît de la certification diamant (1 million).
- 47 http://www.actra.ca/actra/control/nr_faq