



Association québécoise de l'industrie
du disque, du spectacle et de la vidéo

Rapport annuel
2005 • 2006

LES FORCES VIVES DE LA PRODUCTION MUSICALE QUÉBÉCOISE

L'ADISQ, l'association professionnelle de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, regroupe quelque 250 entreprises :

- > producteurs de disques, de spectacles et de vidéos
- > maisons de disques
- > gérants d'artistes
- > distributeurs de disques
- > maisons d'édition
- > agences de spectacles
- > salles et diffuseurs de spectacles
- > agences de promotion et de relations de presse.

L'association est présidée par un conseil d'administration élu chaque année au suffrage universel des membres, réunis en assemblée générale. Son équipe permanente compte une vingtaine de personnes.

s o m m a i r e

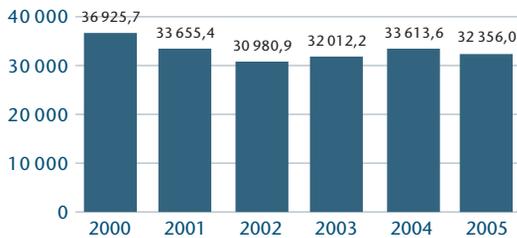
Message du président	6
Radiodiffusion	9
Financement	21
Droits	35
Relations de travail	41
Soutien à la professionnalisation	46
Promotion collective	47
Communications	52
L'ADISQ en 2005-2006	54

La toile de fond de l'industrie

Une réalité toujours aussi troublante

VALEUR DES VENTES AU DÉTAIL D'ENREGISTREMENTS SONORES DANS LE MONDE

MILLIONS \$ US

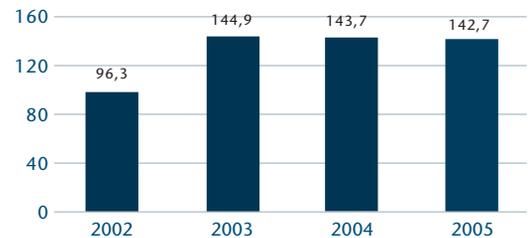


Source: IFPI, Music & Copyright #294, 30 mars 2005, #318, 12 avril 2006

Le marché du DVD: un vecteur de croissance

NOMBRE D'UNITÉS DE DVD VENDUES DANS LE MONDE

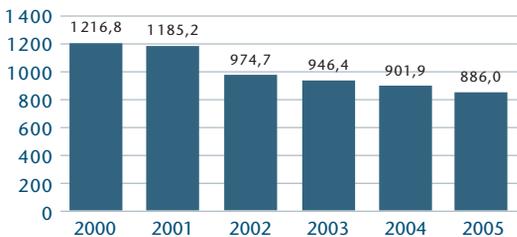
MILLIONS



Source: IFPI

VALEUR DES VENTES AU DÉTAIL D'ENREGISTREMENTS SONORES AU CANADA

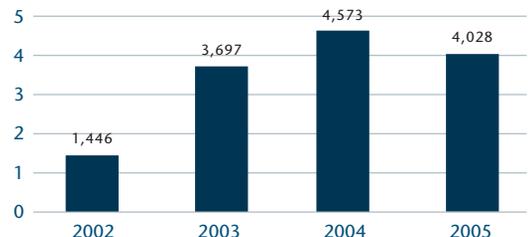
MILLIONS \$ CAD



Source: IFPI, Music & Copyright #277, 7 juillet 2004 et #294, 30 mars 2005, #318, 12 avril 2006

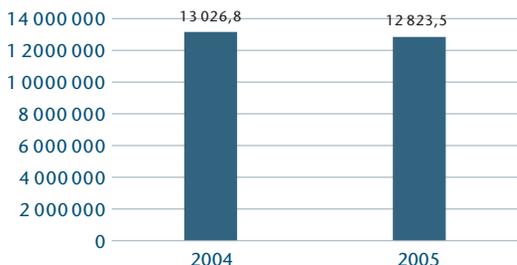
NOMBRE D'UNITÉS DE DVD VENDUES AU CANADA

MILLIONS



Source: CRIA

NOMBRE D'UNITÉS D'ENREGISTREMENTS SONORES VENDUES AU QUÉBEC



Source: Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La production d'ici à l'avant-plan

PART DES VENTES D'ALBUMS DES ARTISTES QUÉBÉCOIS DANS LE TOP 500 DES MEILLEURS VENDEURS AU QUÉBEC, DE 2002 À 2005

	2002	2003	2004	2005
Nombre total d'unités vendues par le TOP 500 des meilleurs vendeurs au Québec	6 530 565	6 427 337	5 822 275	5 743 806
Nombre total d'unités vendues des albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	2 075 132	2 823 223	2 630 273	2 162 503
Nombre d'albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	137	158	169	165
Part des ventes des albums d'artistes québécois sur le total des ventes du TOP 500	31,8%	43,9%	45,2%	37,6%

Source: Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec et analyses de l'ADISQ

PART DES VENTES D'ALBUMS DES ARTISTES QUÉBÉCOIS PAR NIVEAU DE VENTES

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes d'au moins	2001	2002	2003	2004	2005
25 000 copies	18	16	25	29	20
15 000 copies	46	24	45	44	40
10 000 copies	70	48	67	62	59

Source: Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

À chaque année, environ 300 albums francophones d'artistes québécois sont mis en marché.

PART DES VENTES D'ALBUMS DES 5, 10 ET 25 PREMIÈRES POSITIONS SUR LES VENTES TOTALES DU TOP 100 DES VENTES D'ALBUMS QUÉBÉCOIS

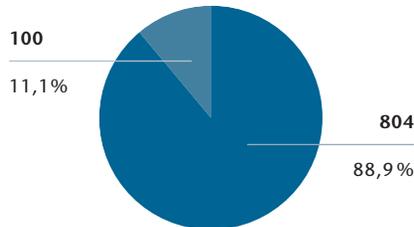
	2001	2002	2003	2004	2005
TOP 5	21,4%	27,9%	31,0%	25,1%	22,2%
TOP 10	33,2%	41,8%	44,5%	36,8%	35,8%
TOP 25	53,8%	64,4%	65,0%	61,3%	58,1%

Source: Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

Les entreprises canadiennes de production : indispensables mais fragiles

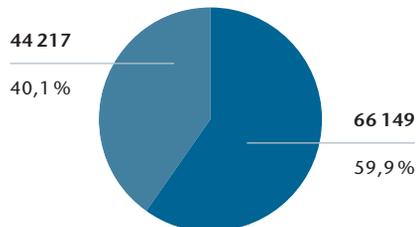
NOUVEAUX ENREGISTREMENTS SONORES D'ARTISTES CANADIENS EN 2003

Part des entreprises canadiennes et étrangères



REVENUS DE LA VENTE D'ENREGISTREMENTS SONORES D'ARTISTES CANADIENS EN 2003

Part des entreprises canadiennes et étrangères



■ Entreprises canadiennes
■ Entreprises étrangères

Source: Statistique Canada

Téléchargement : un marché encore indompté

DANS LE MONDE (LÉGAL ET ILLÉGAL)

En janvier 2006, 885 millions de pièces musicales étaient disponibles de façon illégale sur Internet.¹

Depuis sa mise en place en avril 2003, le service de téléchargement légal iTunes a vendu un total de 1 milliard de titres.¹

1. Source: IFPI, Digital Music Report 2006 et Journal de Montréal, 29 mars 2006

AU CANADA² (LÉGAL)

En 2005, il s'est vendu 6,7 millions de pièces musicales sur des sites de téléchargements légaux au Canada ce qui équivaut à 450 000 albums. En plus de ces pièces musicales, il s'est également vendu sur ces sites 461 900 albums (*full digital album*). Le nombre d'albums total vendus sur ces sites est donc de 911 900 albums.

Ce nombre d'albums vendus de façon numérique représente 1,8% du nombre total d'albums vendus (physiques et numériques) au Canada.

2. Source: Soundscan

Les ventes digitales ont été comptabilisées par Soundscan à partir de février 2005 et incluent les sites Puretracks, iTunes et Napster



TOUS RESPONSABLES

C'est ici la dernière fois que je m'adresse aux membres de l'ADISQ à titre de président de l'association. Après trois ans à représenter cette organisation à laquelle je voue un énorme respect, je passerai, sitôt notre assemblée annuelle terminée, à de nouveaux défis – tout en demeurant évidemment « en réserve de la République », selon l'expression consacrée, à titre de président sortant.

Mes propos auront donc la saveur d'un bilan de ces trois ans où j'ai eu le privilège d'agir comme président de l'ADISQ, et aussi de réfléchir abondamment sur les responsabilités qui incombent à cette fonction.

Au cours de cette période, j'ai fréquenté différentes tribunes – pas toujours du secteur culturel – à discuter, au fond, de tous ces enjeux auxquels l'industrie de la musique est sans arrêt confrontée: Internet, politique radio, marchés aux puces, piratage, radios satellites... Où que l'ADISQ soit allée, on y a parlé d'industries culturelles, de diversité culturelle, bref, de Culture.

C'est précisément sur ce thème que j'avais effectué mes toutes premières interventions comme président de notre association: la responsabilité immense qui nous incombe, comme industrie, comme partenaires des artistes et des créateurs, en tant que canaux, diffuseurs, producteurs et véhicules de Culture. Et c'est exactement où nous nous trouvons ramenés aujourd'hui, encore et toujours: cette responsabilité.

Un seul instant, prenons cette notion à contre-pied. Il serait *irresponsable*, par exemple, de ne pas reconnaître les salles de spectacles comme des partenaires essentiels à notre travail. C'est, au contraire, de la toute première évidence. De même, il serait irresponsable de ne pas

reconnaître les télédiffuseurs comme des partenaires essentiels. Il serait également irresponsable, de notre part, de ne pas reconnaître les sociétés de perception, les syndicats, les festivals et les commanditaires comme nos partenaires. Comment ne pas reconnaître aussi les partenaires que sont la SODEC, Patrimoine Canada, Musicaction et le Fonds Radiostar? Comment ne pas être reconnaissants, également, à tous les partenaires publics et privés qui rendent possible, chaque année, cette véritable célébration de la chanson québécoise que constitue le Gala de l'ADISQ? Et comment ne pas reconnaître dans les radiodiffuseurs, enfin, malgré les débats qui nous divisent ces jours-ci, ce qu'ils ont toujours été pour nous, d'abord et avant toute autre chose: eux aussi, des partenaires indispensables et appréciés.

Je veux pour preuve de ces indispensables partenariats le fait que, pour chacun de ceux nommés ici, nous avons besoin d'être représentés collectivement afin de discuter, ce qui, par l'effet de la médiation, est bien pratique pour nous éviter les escarmouches individuelles... Ainsi, au quotidien, chaque entreprise de production musicale sollicite les directeurs musicaux des stations de radio pour pousser son *hit*. Cela ne l'empêche pas de mandater l'ADISQ pour négocier avec les radios, au nom collectif de notre industrie, afin que soit assurée sur les ondes une diversité de l'offre musicale qui ouvrira la porte à son petit nouveau. Mieux: plusieurs d'entre nous oseront même des albums en anglais mais s'insurgeront – à juste titre – si les quotas de contenu français à la radio sont menacés.

Au quotidien, combien d'entre nous se sont permis des critiques sur les Star Académiciens d'une main, mais ont passé un coup de fil de l'autre main pour avoir leur artiste sur un gala du dimanche devant trois millions d'auditeurs – puis se sont aussi inventé une troisième main pour demander à l'ADISQ d'exiger plus de nouveautés

à la télévision? Et pourtant, s'il n'y avait que la si juste et équitable critique pour vendre nos nouveaux artistes, où en serions-nous aujourd'hui?

Au quotidien, qui n'a pas pesté contre les formulaires des syndicats, en particulier ceux qu'ils remplissent eux-mêmes et qu'ils appellent le formulaire «grief»...? Et pourtant, qui n'est pas content de voir Pierre Curzi monter aux barricades avec l'ADISQ quand les enjeux le requièrent ou que la diversité culturelle est en péril?

Au quotidien, qui n'est pas heureux de constater – et je l'affirme sincèrement – la remarquable diversité qui règne dans les nouvelles radios satellite, quoique sur trop peu de canaux et avec une bien trop faible représentation du contenu francophone? Pourtant, qui oserait souhaiter, d'autre part, que l'ADISQ cesse de clamer à cet égard que trop peu, c'est... pas assez? Nos programmeurs locaux de ces radios méritent plus d'espace.

Au quotidien, et dans notre actualité, qui ne travaille pas activement à une cordiale relation d'affaires tantôt avec Musicaction, tantôt avec Patrimoine Canada? C'est notre responsabilité en tant qu'entrepreneurs – ces mêmes entrepreneurs qui, pourtant, demandent par ailleurs à l'ADISQ d'affronter sur les programmes ce même ministère du Patrimoine canadien et cette même Musicaction. Or qui a envie d'affronter directement ses propres bailleurs de fonds? C'est la responsabilité de l'association, pas des entreprises.

Par conséquent et aussi par simple gros bon sens, il serait irresponsable de la part d'un membre de susciter la division dans notre association pour servir des intérêts particuliers... Par conséquent et aussi par simple gros bon sens, c'est une responsabilité que nous avons tous, au besoin et

sans hésitation, de nous lever pour demander une assemblée d'information si les choses ne sont pas claires entre nous. Une telle assemblée a eu lieu cette année, et je félicite sincèrement ceux qui l'ont demandée. Nous avons alors regagné notre capacité d'intervenir auprès de nos adversaires du moment, adversaires qui, ne l'oublions cependant jamais, seront de nouveau nos partenaires demain.

Car, s'il est de la responsabilité de l'ADISQ d'informer toujours plus et toujours mieux ses membres, il est de la responsabilité de ses membres de saisir l'information qui est gérée et nous est transmise par l'équipe de premier plan que constitue le bureau de l'ADISQ. Il est aussi de la responsabilité de l'ADISQ de veiller à représenter toujours plus et toujours mieux tous et chacun de ses membres. Mieux, l'ADISQ doit aussi représenter les intérêts des entrepreneurs qui ne sont même pas ses membres, parce que c'est sa responsabilité de faire en sorte qu'ils le deviennent. L'ADISQ accueille les nouveaux producteurs, la nouvelle musique, et les nouvelles idées. À ceux qui ne sont pas encore membres, je dirai donc ceci: l'ADISQ représente ses membres, bien, toujours et partout. Si vous croyez voir des erreurs dans son action, c'est que vos attentes sont élevées, et c'est tant mieux qu'elles le soient. Les attentes appellent l'excellence. Et je peux vous assurer que la formidable équipe de l'ADISQ, dirigée de main de maître par Solange Drouin, constitue pour toute notre industrie l'un des outils les plus efficaces et les plus puissants qu'elle se soit jamais donnés pour atteindre ses objectifs collectifs.

Un mot, maintenant, sur le CRTC. Lors du débat sur les radios satellite par abonnement, en août 2005, nous avons été plus que partenaires, nous avons été alliés aux radios traditionnelles! Pourtant, si la décision du CRTC, puis celle du cabinet fédéral, nous ont semblé alors discutables, n'est-ce pas là, justement, la preuve de

la pertinence et de la nécessité du CRTC ? Personne ne prend le temps de s'allier pour être en désaccord avec l'inutile... À sa façon, le CRTC est donc lui aussi un partenaire de l'industrie – des industries devrais-je dire – parce que, si le CRTC est le partenaire qui protège, entre autres, les essentiels quotas de musique francophone, il est également le partenaire qui protège les règles de propriété canadienne dont bénéficient abondamment nos entreprises de radiodiffusion. C'est pourquoi je sou mets que nous avons la responsabilité d'accepter l'arbitrage que fera le CRTC des débats auxquels nous avons participé dans le cadre des audiences sur la révision de la politique de la radio commerciale, qui ont eu lieu mai dernier.

Mieux (ou pire ?), nous avons la responsabilité de tenir à nouveau, encore et encore, de tels débats fondamentaux. Car, par-delà les amitiés qui sont légitimement précieuses dans le grand village culturel du Québec, il y a aussi la nécessité et la solennelle responsabilité, pour nous tous, de répondre *présent* lorsque vient le temps de mener des batailles de principe et de confronter nos intérêts respectifs. Débattons, faisons-le franchement, faisons-le de bonne foi. Débattons encore de quotas, de financement, de diversité et de nouveauté. Parce que c'est cela aussi, notre responsabilité. À tous. Partenaires par essence, adversaires par circonstances.

Permettez-moi ici une illustration de l'importance de cette responsabilité: au Québec, nous avons eu récemment un débat enflammé – pas nécessairement élégant, cependant – où l'on s'est demandé si la Culture était aussi ou plus importante que l'économie pour motiver ou non l'indépendance du Québec. Vaste question, certes, mais pendant ce temps, nos politiciens, les mêmes à monter sur toutes les tribunes à ce sujet, n'affectent toujours pas 1% de leur budget à la culture – tous partis confondus! Cette responsabilité et cette lutte, ne nous y trompons

pas, ce sont les nôtres, et face à cette responsabilité, heureusement, nous avons des partenaires essentiels. Mieux: nous sommes tous partenaires. Partenaires dans la préservation, sûrement, mais encore bien plus et bien mieux, partenaires dans le développement, la promotion et la diffusion des artistes et de la Culture québécoise, dans toute leur diversité.

En bout de course, je dirais que nous avons la responsabilité, chaque individu à sa façon, chaque institution à sa façon, nous avons la responsabilité d'être québécois et donc, et en conséquence, de servir la musique québécoise.

C'est sur cette conclusion que je prends aujourd'hui congé de la présidence de l'ADISQ et adresse à la personne qui aura le bonheur de prendre le relais mes meilleurs vœux de succès.



YVES-FRANÇOIS BLANCHET

Président de l'ADISQ

Ondes de choc

État des lieux

ONDES RADIO

Depuis le début des années 1970, les stations de radio francophones sont tenues de respecter des normes de contenu minimum qui fixent à 65% de leur contenu musical la part réservée à la musique vocale d'expression française; en outre, grâce notamment aux représentations de l'ADISQ, un minimum de 55% s'applique, depuis 1998, aux sélections musicales diffusées aux heures de grande écoute, entre 6h00 et 18h00, du lundi au vendredi. Les représentations menées par l'ADISQ et CIRPA, qui est son équivalent pour le reste du Canada et son partenaire privilégié, de même qu'avec les autres partenaires du milieu de la musique, ont également abouti à des normes de contenu minimales, à l'échelle du Canada, qui établissent notamment un quota de 35% de contenu canadien.

Pour la production québécoise, ces normes constituent un minimum vital qui assure le maintien d'une fenêtre de diffusion viable pour la musique d'ici. Ces normes font aujourd'hui consensus et constituent, en quelque sorte, la contrepartie exigée des entreprises canadiennes de radiodiffusion pour les importants avantages qu'elles retirent de l'exclusivité réservée aux Canadiens dans le contrôle d'une entreprise de radiodiffusion au Canada.

DÉVELOPPEMENT DES TALENTS CANADIENS

En retour de l'exclusivité réservée aux Canadiens dans le contrôle d'une entreprise de radiodiffusion au Canada, les radiodiffuseurs canadiens ont une autre exigence à respecter: ils doivent contribuer financièrement au développement des talents musicaux canadiens.

Dans toutes ses interventions auprès du CRTC, l'ADISQ se fait un devoir de rappeler le caractère incontournable de cet «échange de bons procédés» auquel les entreprises de radiodiffusion doivent impérativement se soumettre étant donné les avantages importants découlant de cette exclusivité. Ces nombreuses représentations, au fil des ans, ont porté fruit: aujourd'hui, quatre principaux fonds de développement sont en opération, soit Musicaction et le Fonds RadioStar pour la musique francophone de même que FACTOR et le Starmaker Fund pour la musique anglophone.

Ces fonds perçoivent notamment des contributions lors de l'attribution ou du renouvellement de licence des stations de radio, ainsi que des avantages tangibles lors de transactions

financières entre des entreprises de radio-diffusion. La réglementation sur les avantages tangibles prévoit actuellement que 6% de la valeur de la transaction sont affectés au développement de talents canadiens: 3% sont versés au Fonds RadioStar ou au Starmaker Fund, 2% à Musicaction ou à FACTOR et 1% à des fonds discrétionnaires. Depuis 1998 seulement, le montant des transactions conclues entre les différentes entreprises de radiodiffusion au Canada s'élève à 1,6 milliard \$, ce qui signifie que plus de 93 millions \$ en avantages tangibles seront affectés, au cours des prochaines années, au développement de la musique canadienne par l'entremise de différentes initiatives et fonds, notamment Musicaction et le Fonds RadioStar. Si on ajoute à ces avantages tangibles le montant des contributions versées par les radiodiffuseurs en vertu de l'attribution ou du renouvellement de leur licence, on constate que c'est plus de 7,8 millions \$ qui ont été versés à Musicaction, depuis 1998, pour le développement de la production musicale francophone. Quant au Fonds RadioStar, c'est plus de 9,9 millions \$ qui ont été alloués depuis la mise en opération de ce fonds, en septembre 2001.

Ces contributions à Musicaction et au Fonds RadioStar constituent un apport essentiel au développement de la production et de la commercialisation de disques de langue française au Canada. Elles contribuent de façon significative à accroître la disponibilité et la visibilité des enregistrements sonores d'artistes canadiens francophones – et elles aident donc ainsi les stations de radio francophones à respecter leur obligation de 65% de contenu de langue française.

2005-2006

ONDES RADIO

Examen de la Politique sur la radio commerciale

Le 13 janvier dernier, le CRTC a lancé un processus d'examen de sa Politique sur la radio commerciale. Le dernier examen remontant à 1998, c'était là une démarche très attendue à la fois par les radiodiffuseurs commerciaux eux-mêmes et par toutes les parties impliquées dont, évidemment, le milieu musical québécois et canadien. Dans son mémoire de quelque 500 pages déposé le 15 mars dernier et défendu en audiences publiques le 15 mai, l'ADISQ produit pas moins de quatre études permettant de placer dans son contexte approprié la réflexion du CRTC quant au statut concurrentiel, au rôle et aux obligations des radiodiffuseurs.

L'ADISQ propose également un modèle financier – le « Plan de l'ADISQ » – qui permettrait d'optimiser les effets de la contribution financière des radiodiffuseurs au développement des talents canadiens.

Nous résumons ici les principaux points de la démonstration de l'ADISQ.

Nouvelles plateformes : un défi potentiel à long terme, une réalité marginale à court terme

En réponse à la préoccupation du CRTC quant à la capacité des radiodiffuseurs commerciaux de faire face à la concurrence des nouvelles plateformes de diffusion (radio Internet, radio satellite, baladodiffusion, etc.), l'ADISQ a commandé des études qui ont permis de mesurer :

- l'effet concret actuel de ces nouveaux médias sur la radio commerciale; et
- son effet potentiel dans l'avenir prévisible, plus précisément la période de cinq ans qui circonscrit la portée d'application de la prochaine politique sur la radio commerciale.

Sur le premier point, il s'est dégagé clairement que, malgré l'hyper-médiatisation des nouvelles plateformes, la radio traditionnelle occupe toujours une place prépondérante dans les habitudes d'écoute des Canadiens; que la raison en est que la radio traditionnelle attire les auditeurs de façon plus puissante et pour un ensemble de raisons plus dense et plus varié que ne le font les autres médias; que les deux *challengers* les plus en vue, la radio Internet et la radio par satellite, tout comme d'ailleurs la baladodiffusion, sont consommés en marge des plages d'écoute habituellement réservées à la radio commerciale et, loin de lui livrer une concurrence menaçante, s'inscrivent dans une logique de complémentarité; et, enfin, que globalement, l'impact des nouveaux médias sur l'écoute de la radio traditionnelle est éminemment marginal.

Sur le second point, les constats sont tout aussi éloquents: l'impact potentiel, appréhendé et éventuellement nuisible des nouvelles plateformes sur la radio commerciale n'est toujours pas prouvé; la force concurrentielle de cette offre, son potentiel de développement futur et son incidence sur le secteur radio traditionnel ne font aucunement consensus parmi les experts; et, enfin, la radio traditionnelle est en bonne santé à tous égards et sa clientèle continuera, dans l'ensemble, d'y recourir malgré les nouvelles options technologiques. Plusieurs experts soulignent cependant que les radiodiffuseurs commerciaux sont peut-être un peu en mode de pilotage automatique: ils ne tirent pas pleinement profit de leurs forces distinctives et des nouvelles occasions

d'affaires qui émergent, ce qu'ils auraient néanmoins intérêt à faire pour rehausser leur offre de valeur et leur statut concurrentiel à long terme.

C'est pourquoi l'ADISQ a soutenu devant le CRTC que la concurrence des nouvelles plateformes ne constituait pas une variable prioritaire dans l'établissement des obligations faites aux radiodiffuseurs en vertu de l'actuelle révision de la Politique sur la radio commerciale, dont l'horizon est de cinq ans. Néanmoins, l'ADISQ propose que le CRTC procède, au cours des cinq prochaines années, en considération réfléchie de tous les enjeux, à une réévaluation de l'ordonnance d'exemption qu'elle a accordée à plusieurs nouveaux médias, et à des audiences en vue de l'adoption d'une Politique canadienne sur les nouveaux médias.

La rentabilité de la radio commerciale: désormais un acquis pour la réalisation des objectifs de la loi canadienne de radiodiffusion

Pour évaluer la capacité des radiodiffuseurs de contribuer financièrement à la réalisation des objectifs de la Loi canadienne de radiodiffusion, l'ADISQ a procédé à une analyse rigoureuse des chiffres des différents radiodiffuseurs au Canada, en apportant une attention particulière au cas des entreprises de radiodiffusion francophones. Ces chiffres démontrent que, de tous les maillons de la longue chaîne de production et de diffusion de la musique au Canada, la radio commerciale demeure le plus rentable et le plus stratégiquement positionné pour contribuer au développement et à la diffusion d'une véritable diversité d'œuvres originales canadiennes.

L'analyse, en effet, prouve que le processus de consolidation de l'industrie canadienne de la radio, encouragé par le CRTC depuis 1998, a effectivement porté ses fruits et que les radiodiffuseurs sont aujourd'hui en pleine possession des moyens qui leur permettent de contribuer encore plus à l'atteinte des objectifs visés par la Loi. Cependant, sur le cas spécifique des radiodiffuseurs francophones, l'étude des chiffres montre que, bien que la croissance des revenus soit proportionnelle à celle enregistrée par les radiodiffuseurs anglophones, la rentabilité, elle, est loin de s'inscrire dans un rapport proportionnel. Cette différence s'explique en grande partie par un accroissement notable et disproportionné des frais généraux et d'administration, qui ont crû de 18,5% pour les stations anglophones, mais de 54,8% pour les stations francophones. Ce phénomène suscite l'interrogation et il démontre que les problèmes de resserrement budgétaire invoqués par certains radiodiffuseurs francophones, en particulier ceux qui exploitent la bande AM et/ou qui ne

font pas partie d'un groupe de radiodiffusion, ne sauraient être liés aux contraintes de la réglementation mais bien, plutôt, à des facteurs qui leur sont propres.

Nonobstant cette anomalie localisée et difficilement explicable chez les radiodiffuseurs francophones, l'ADISQ estime avoir démontré que la radio dans son ensemble est en excellente santé financière au Canada, que toutes les projections montrent qu'elle continuera de l'être dans l'avenir prévisible, et qu'elle peut donc contribuer plus activement que jamais à l'atteinte des objectifs que lui fixe la loi.

Tirer le plein parti des forces vives de la création musicale, par un soutien énergique et structuré

L'ADISQ a rappelé au CRTC que la participation active des radiodiffuseurs canadiens à la promotion du contenu musical canadien et au développement des talents musicaux canadiens est au cœur de la Loi et de la Politique sur la radio commerciale. Pour dresser un bilan de la situation à cet égard, l'ADISQ a analysé les deux volets de cette responsabilité conférée aux entreprises de radiodiffusion en contrepartie – rappelons-le – de l'immense privilège de détenir une licence et ce, sans concurrence étrangère sur le marché canadien :

- la mise en valeur d'une *diversité de contenus* musicaux canadiens et francophones; et
- la *contribution financière* au développement des talents canadiens.

MISE EN VALEUR D'UNE DIVERSITÉ DE CONTENUS MUSICAUX CANADIENS ET FRANCOPHONES

À première vue, on n'a aucune raison de douter que la majorité des radiodiffuseurs francophones respectent les termes *quantitatifs* des normes minimales de contenu francophone qu'ils doivent appliquer: 65% de musique vocale de langue française sur la semaine de radiodiffusion, et un minimum de 55% aux heures de grande écoute, soit entre 6h00 et 18h00, du lundi au vendredi, le tout, mesuré selon le nombre de titres diffusés. Cependant, l'obligation qui leur est faite par le CRTC comporte aussi des termes *qualitatifs*, puisque de nombreux dispositifs ont également été mis en place pour favoriser une *réelle diversité* dans la programmation radiophonique.

À cet égard, l'ADISQ a relevé plusieurs problèmes, très graves, qui ressortent de l'analyse des formats musicaux offerts dans chaque marché et de l'analyse de la programmation individuelle des stations :

- une faible diversité dans les formats musicaux offerts à l'échelle de chacun des marchés visés;
- une faible diversité dans la programmation offerte par station;

- un manque flagrant de nouveautés;
- une utilisation abusive des montages; et
- un manque de programmation musicale et francophone aux heures de grande écoute.

Nous fournissons ici des données plus spécifiques sur trois de ces constats, dont l'ampleur révèle une réalité véritablement alarmante: la faible diversité dans la programmation offerte par les stations; le manque de nouveautés; et l'utilisation abusive des montages.

LE PROBLÈME DE LA DIVERSITÉ DE LA PROGRAMMATION

Pour analyser la diversité de la programmation des stations, l'ADISQ a retenu cinq indicateurs.

- **Le nombre de pièces diffusées en heures d'écoute significative**
Pour plusieurs stations, entre le 1^{er} mars 2005 et le 1^{er} mars 2006, l'ADISQ a juxtaposé deux courbes: celle du nombre de diffusions moyen des pièces francophones et des pièces anglophones, à chaque heure, du lundi au vendredi, de 6h00 à minuit; et celle du nombre d'auditeurs moyen, au quart d'heure, pour la même période. Cet exercice a permis de constater que les pièces francophones sont clairement sous-pondérées, dans la programmation, aux heures où les auditeurs sont les plus nombreux, et qu'à l'inverse, elles sont sur-pondérées aux heures où l'auditoire est le plus faible, notamment en soirée.
- **La concentration de la diffusion**
Pour mesurer la concentration de la diffusion, l'ADISQ a évalué ce que représente le nombre de diffusions cumulées par les 25 titres francophones les plus diffusés (dans un marché ou par une station), par rapport à l'ensemble des diffusions francophones du marché ou de la station. Les périodes étudiées ici sont du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00, et du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit, entre mars 2005 et février 2006. Cette comparaison révèle que, pour les stations de format grand succès, la part du top 25 dans la programmation francophone varie de 47% à 54% (plus de la moitié des diffusions!), ce qui trahit un manque de diversité important sur les ondes de ces stations. La situation est encore plus alarmante à l'échelle de chaque marché étudié (Montréal, Québec, Gatineau) puisque les titres du top 25, qui ne représente qu'à peine 3% à 5% des titres offerts en diffusion, s'accaparent de 18% à 27% de toutes les diffusions.
- **Le nombre de titres et d'artistes différents**
L'ADISQ a étudié ici le nombre de titres et d'artistes différents qui ont été diffusés en moyenne, chaque mois, sur les stations de format adulte contemporain et grands succès, du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00,

et du dimanche au samedi, de 6h à minuit. La période étudiée s'étend de mars 2005 à février 2006. Cette analyse révèle que toutes les stations, peu importe leur format, diffusent un nombre plus élevé de titres et d'artistes différents anglophones que francophones. Cette plus faible variété de titres et d'artistes francophones fait écho au niveau élevé de concentration de diffusion des pièces francophones constaté précédemment.

- **Le taux de diffusion de titres et d'artistes en exclusivité**

L'ADISQ a recoupé les *playlists* de plusieurs paires de stations d'un même format, afin de mettre en rapport leur nombre de titres et de diffusions. Cet exercice a été fait pour deux périodes, soit en semaine de diffusion (dimanche au samedi, de 6h à minuit) et en période de grande écoute (lundi au vendredi, de 6h à 18h). L'analyse révèle une réalité stupéfiante: quel que soit le format étudié, plus de la moitié des titres francophones diffusés par deux stations d'un même format se recourent – qui plus est, ces titres représentent à eux seuls de 75 % à 80 % des diffusions totales francophones de ces stations.

- **La part de l'offre totale d'albums francophones diffusés**

En réponse à l'argument de certains radiodiffuseurs à l'effet que le manque de diversité de contenu francophone résulterait d'une offre musicale insuffisante, l'ADISQ a étudié les *playlists* de l'ensemble des stations pour la période du 1^{er} mars 2005 au 31 décembre 2005. Cette analyse permet de constater que, sur une offre, estimée de façon conservatrice, d'environ 897 nouvelles pièces aptes à la diffusion, seules 137 ont été inscrites aux playlists, soit 13,9% de l'offre. De ces 137 pièces, 35, soit à peine 25%, s'accaparent 70% des diffusions totales. En d'autres termes, les radiodiffuseurs se privent de près de 85% de l'offre de nouvelles pièces et, parmi leur mince sélection, font tourner une minorité de titres représentant à peine 25% des titres retenus.

LE PROBLÈME DU MANQUE DE NOUVEAUTÉS

La question de la nouveauté a été analysée en mesurant, pour une période de trois semaines, la part des nouveautés francophones dans l'ensemble des titres francophones d'artistes québécois diffusés par quatre stations types (deux de format adulte contemporain et deux de format grands succès). Il ressort de cette analyse que les stations de format adulte contemporain diffusent une proportion

beaucoup moins importante de nouveautés francophones que les stations de format grands succès: entre 16% et 22%, contre 35% à 61% pour les stations grands succès. Il y a donc un manque flagrant de nouveautés dans cette part importante du marché, phénomène qui est d'ailleurs encore plus grave que ne révèlent ces chiffres, puisque, dans les nouveautés comme dans le reste de la programmation, un nombre très réduit de titres s'accapare une part écrasante du nombre total de diffusions.

LE PROBLÈME DE L'UTILISATION ABUSIVE DES MONTAGES

Selon le CRTC, un montage consiste en la compilation d'extraits de plusieurs pièces musicales, ayant une durée d'au moins une minute. L'utilisation massive des montages de pièces anglophones par les stations de format grands succès explique en partie la sous-représentation des titres et artistes francophones dans l'ensemble de la diffusion. L'ADISQ a décortiqué cet usage des montages en analysant, pour chaque semaine entre février 2005 et février 2006, la part des diffusions francophones sur le nombre total de diffusions durant la semaine de radiodiffusion de façon générale, et aux heures de grande écoute de façon plus spécifique. Cette étude révèle un problème important chez les stations de format grands succès. Bien qu'on ne puisse mettre en doute la volonté de ces radiodiffuseurs de respecter les minimums de contenu musical francophone auxquels ils sont soumis, on constate que, dans les faits, le niveau de diffusion des pièces francophones en rapport à celui des pièces anglophones ne leur a permis durant *aucune* des semaines étudiées de respecter les quotas prescrits, que ce soit sur la semaine ou aux heures de grande écoute. Seule l'utilisation des montages peut expliquer ce phénomène, sur lequel il est impératif de faire la lumière.

Pour atténuer ces nombreux problèmes, l'ADISQ a proposé au CRTC un plan d'action dont les principaux éléments sont les suivants:

POUR PALLIER LE MANQUE DE DIVERSITÉ À L'ÉCHELLE DE CHAQUE MARCHÉ

- Intégration, aux conditions de licence de chaque station, d'une obligation de préciser le public cible que la station s'engage à desservir, et obligation conséquente de respecter cet engagement.
- Promotion de la technologie numérique de diffusion, de façon à déployer un plus grand nombre de fréquences et à diversifier l'offre radiophonique.

RADIODIFFUSION

POUR PALLIER LE MANQUE DE CONTENUS
FRANCOPHONES DIVERSIFIÉS ET LE MANQUE DE
NOUVEAUTÉS DANS LA PROGRAMMATION RADIO

- Imposition d'un nouveau quota réglementaire de nouveautés francophones de 40 % aux heures de grande écoute (soit 40 % de 55 %) et de 50 % sur la semaine de radiodiffusion (soit 50 % de 65 %).
- Amélioration de l'encadrement réglementaire des montages, de façon à contribuer à une plus grande diversité dans la programmation radio francophone.
- Imposition, dans le règlement même qui régit les radiodiffuseurs francophones, de l'exigence de produire, pour chaque année de leur période de licence, des informations statistiques détaillées qui doteront le CRTC d'outils pour mieux mesurer la diversité musicale : top 40 des titres les plus présents dans l'ensemble de la diffusion ; rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) des titres francophones, nombre brut de rotations par radio ; nombre d'artistes différents diffusés, etc.

POUR PALLIER LE MANQUE DE PROGRAMMATION
MUSICALE ET FRANCOPHONE AUX HEURES DE
GRANDE ÉCOUTE

- Exploration, avec l'ensemble des parties concernées, des moyens pour augmenter la programmation musicale aux heures de grande écoute.

CONTRIBUTION FINANCIÈRE AU DÉVELOPPEMENT
DES TALENTS CANADIENS

Sur ce point, l'ADISQ a rappelé au CRTC que l'industrie de la production musicale indépendante québécoise constituait le principal fournisseur de contenu des radiodiffuseurs francophones. Pour cette raison, l'association a invité le CRTC à bien étudier les principes, le fonctionnement et les modes de financement de cette industrie, financement qui est essentiel à cette dernière pour jouer pleinement le rôle qui est le sien dans l'approvisionnement des radios en contenu musical canadien.

L'ADISQ a rappelé que le secteur de l'enregistrement sonore reposait sur plusieurs fonctions interdépendantes qui, ensemble, permettent le maintien d'une offre diversifiée à la fois au consommateur de musique francophone et aux radiodiffuseurs. Parmi ces fonctions, celle du producteur/maison de disque est centrale, puisque ce dernier prend à sa charge les coûts de production de l'album, les honoraires des agents de promotion, les coûts des campagnes publicitaires ainsi que tous les autres coûts assumés dans le cadre de la production et de la mise en marché des albums. On associe généralement ce rôle à celui d'un investisseur

en capital de risque ou en recherche et développement : en moyenne, seul un album sur 10 dans lequel le producteur investit lui permet de faire ses frais et de générer des profits. Au Québec, le seuil de rentabilité d'un album est d'environ 25 000 copies vendues, un palier qui n'est atteint, en moyenne, que par une vingtaine d'albums sur les 300 lancés chaque année. C'est pourquoi le secteur de la production, a rappelé l'ADISQ, doit compter sur un soutien financier à la fois des gouvernements et des radiodiffuseurs.

Ce financement a pris différentes formes et s'est situé à différentes hauteurs depuis les premières représentations de l'ADISQ, au milieu des années 1980. Le modèle en place actuellement, cependant, s'est véritablement structuré depuis 1998 et repose sur deux principaux axes : un soutien des gouvernements par l'entremise de différents programmes dont ceux du Fonds de la musique du Canada, qui verse des fonds notamment à *Musicaction/Factor* ; et un soutien des radiodiffuseurs par l'entremise de *Musicaction/Factor* et des fonds *RadioStar/StarMaker*. Ce modèle de financement s'est avéré d'une grande efficacité opérationnelle dans le marché francophone : tant en raison de leur mode de fonctionnement que de leur représentativité (les radios y jouant un rôle important), *Musicaction* et *RadioStar* ont joué un rôle efficace et concertant dans le développement des talents musicaux canadiens francophones.

Le modèle, a soutenu l'ADISQ, est cependant nettement sous-financé, et il est impératif qu'y soient injectées des sommes additionnelles importantes, au cours des prochaines années. Outre sa vulnérabilité chronique à la concurrence des grands labels internationaux, le secteur de l'enregistrement sonore, en effet, fait face à une érosion de sa base de vente et à une montée des nouvelles plateformes numériques qui exigent un investissement résolu dans les produits à valeur ajoutée et les nouvelles formes de distribution. Les fonds actuels de l'industrie, dont *Musicaction* et *RadioStar*, doivent donc compter sur une *pérennisation* et une *normalisation* de la contribution financière des radiodiffuseurs.

L'ADISQ a rappelé au CRTC qu'à cet égard, les entreprises de radiodiffusion ont bénéficié de nombreux relâchements de leurs obligations au chapitre de la contribution au développement des talents canadiens. Tant les modalités liées à l'attribution et au renouvellement des licences que celles liées aux avantages tangibles lors de transferts de propriété ou de contrôle ont fait l'objet de mesures d'atténuation de la part du CRTC, dans le but d'aider la radio à consolider sa base industrielle et à renforcer sa rentabilité. Ces allègements à la réglementation ont porté

leurs fruits. Ils ne sont plus justifiés aujourd'hui, maintenant que les radiodiffuseurs disposent d'une base industrielle consolidée et de solides assises financières.

Ces dernières années, la part la plus importante de la contribution des radiodiffuseurs est venue de leurs obligations au titre des avantages tangibles. Cependant, cette source de financement est en voie d'être tarie rapidement, avec le ralentissement marqué du processus de consolidation industrielle de la radio. L'ADISQ met donc de l'avant un nouveau modèle qui, reposant sur des bases repensées, assurera la pérennisation du financement alloué au développement des talents canadiens. Plus précisément, le plan de l'ADISQ sous-tend une normalisation de la contribution des radiodiffuseurs, puisqu'il propose un financement à hauteur de ce que les radiodiffuseurs ont versé, en moyenne, au cours des deux dernières années, soit 17 millions \$ par année, dont 12 millions \$ devront être alloués à l'industrie de l'enregistrement sonore.

Ce financement de 17 millions \$ constitue d'autant plus une normalisation qu'il équivaut à environ 1,4% des revenus des radiodiffuseurs, soit le même niveau de contribution auquel ils étaient sujets en 1995, avant le relâchement de leurs obligations par le CRTC. Le plan de l'ADISQ prévoit aussi le rehaussement, de 6% à 10% des valeurs des transactions, des contributions au titre d'avantages tangibles, c'est-à-dire un retour aux niveaux qui étaient en vigueur avant 1998, avant que ne soient mises en place des mesures d'atténuation pour permettre aux radiodiffuseurs de consolider leur structure industrielle, mesures qui ne sont plus justifiées aujourd'hui.

Enfin, l'ADISQ a réfuté vigoureusement toute prétention des radiodiffuseurs à l'effet que l'augmentation récente du tarif des droits d'auteurs et des droits voisins auxquels ils sont assujettis en vertu de la Loi sur le droit d'auteur mettrait en danger leur santé financière et, donc, leur capacité de contribuer à une hauteur plus élevée aux fonds de l'industrie voués au développement des talents canadiens. L'ADISQ a rappelé qu'il s'agit de deux ordres d'obligations différents, les droits voisins et les droits d'auteur relevant de la compensation légitime de l'artiste et autres ayants droit pour l'utilisation de leurs œuvres par des tiers. Droits et contributions financières, a rappelé l'ADISQ, ne sauraient être vus comme des vases communicants, pas plus que la justice et le commerce ne constituent une seule et même réalité.

Favoriser la couverture de l'événement culturel au niveau local

Dans son mémoire, l'ADISQ a également rappelé que la couverture assurée aux événements dont ils sont l'objet – spectacles, tournées, lancements, etc. – est une composante essentielle de la promotion des artistes canadiens. C'est pourquoi il importe que les radiodiffuseurs de toutes les régions couvrent ces événements de façon active non seulement lorsqu'ils se produisent dans les grands centres, mais aussi lorsque l'artiste va à la rencontre de son public dans les régions. Il est important que les radiodiffuseurs s'assurent, malgré leur structuration en réseaux, de couvrir ce volet local de notre actualité culturelle, c'est-à-dire de « suivre » l'artiste lorsque celui-ci sort des grands centres pour aller à la rencontre de tous ses publics, et de le rapporter sur les ondes. L'ADISQ a donc demandé au CRTC d'interroger les radiodiffuseurs sur cette question et d'exiger d'eux des garanties formelles quant à la couverture de l'actualité culturelle locale dans l'ensemble de leurs stations.

En attente de la décision du CRTC

Au moment où nous écrivons ces lignes, les audiences du CRTC sont terminées et le Conseil est à élaborer, en vue d'un dépôt avant la fin de l'année, une Politique qui, espérons-le, sera favorable à l'épanouissement du milieu québécois de la création et de la production musicales.

La radio à canaux multiples par abonnement

En juillet 2004, des demandes ont été présentées au CRTC pour l'exploitation de services de radio à canaux multiples par abonnement par trois sociétés :

- la *Canadian Satellite Radio Incorporated*, en partenariat avec l'entreprise américaine XM Satellite Radio Inc. (CSR-XM), pour une distribution par satellite;
- Sirius Satellite Radio, en partenariat avec la Société Radio-Canada et Standard Radio Inc. (SRC-Standard-Sirius), pour une distribution par satellite; et
- un partenariat formé par les entreprises CHUM et Astral, pour une distribution par voie terrestre.

Malgré les représentations de l'ADISQ et de nombreux autres intervenants, le CRTC devait finalement, le 16 juin 2005, accorder des licences de radiodiffusion aux entreprises demanderesse, sans tenir compte de nombreuses mises en garde émises quant à la propriété effective des entreprises en cause, au contrôle sur les infrastructures de diffusion et, surtout, à la part de contenu canadien et francophone

dans l'offre globale de ces nouveaux services. C'est, plus spécifiquement, les licences accordées aux deux entreprises de radiodiffusion par satellite qui sont ici en cause, le projet CHUM-Astral ne comportant pas les mêmes lacunes sur ces critères.

C'est pourquoi, le 29 juillet 2005, une coalition menée par l'ADISQ et représentant les forces vives de la création musicale québécoise a, dans un recours exceptionnel, porté la cause devant le Conseil privé afin qu'il annule, tel que le prévoient ses pouvoirs, les décisions rendues par le CRTC quant aux deux demandes de licence pour des services de radio satellite par abonnement. Simultanément, une coalition équivalente pour le Canada anglais déposait une requête similaire. Les requérantes demandaient en outre que la Gouverneure en conseil, en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés par la Loi sur la radiodiffusion, force le CRTC à tenir une audience afin d'établir un cadre réglementaire approprié, conforme aux principes de la Loi, avant d'envisager de nouveau l'octroi de licences d'exploitation pour de tels services.

Dans leur recours, l'ADISQ et les membres de la coalition rappelaient que le CRTC venait d'octroyer aux services CSR et Sirius Canada des licences d'une durée de sept ans pour l'exploitation de nouvelles entreprises de radio satellite par abonnement au Canada, et les avait assorties de conditions contraires à la fois à la Loi et à la réglementation en vigueur. En effet, les conditions de licence accordées font en sorte que :

- le recours à des infrastructures satellitaires américaines, sur lesquelles le Canada n'a aucune juridiction, est autorisé pour offrir aux Canadiens approximativement 200 canaux de radio (à contenu verbal et musical);
- pas moins de 90 % des canaux offerts seront programmés aux États-Unis – seule une portion marginale de 10 % sera réservée aux canaux canadiens;
- seulement 2,5 % des canaux devront être francophones;
- et, enfin, aucun de ces canaux n'aura l'obligation d'être un canal musical francophone.

L'ADISQ et ses partenaires démontraient que les décisions du CRTC étaient en défaut sur les éléments non seulement significatifs mais, plus grave encore, fondateurs de la Loi :

- **le contrôle effectif des Canadiens sur toutes les composantes de leur système de radiodiffusion** – puisqu'elles autorisent la diffusion de canaux programmés à 90 % aux États-Unis et autorisent le recours à des installations échappant, pour l'essentiel, au contrôle effectif des Canadiens;

- **la défense de la souveraineté culturelle et de l'identité nationale** – puisqu'elles font de la programmation canadienne une simple matière dont on établit l'importance au prorata du poids démographique de la population canadienne dans le continent nord-américain;
- **le recours prépondérant, par les acteurs du système canadien de radiodiffusion, à des ressources canadiennes** – puisque les choix technologiques faites par les deux entreprises demandereses font en sorte qu'il leur est impossible d'offrir un modèle de radio par abonnement conforme aux exigences de la Loi, en regard de l'utilisation prépondérante de ressources canadiennes;
- **le respect de la dualité linguistique canadienne dans l'offre radiophonique canadienne** – puisque les obligations en matière de contenu francophone imposées par le CRTC à CSR et à Sirius sont à mille lieux de refléter la dualité linguistique du Canada : en pratique, les francophones du Canada se voient offrir par ces entreprises des services constitués en quasi totalité de canaux diffusant en anglais.

L'ADISQ et ses partenaires constataient donc que le CRTC avait erré et prononcé des décisions qui contreviennent à la Loi dont il a pourtant la garde, et qui mettent en danger ce que la Loi est censée protéger et promouvoir. Ils en réclamaient donc l'annulation. Malheureusement, après une intense campagne de lobbying où les parties en cause ont pu faire valoir tout le poids de leur influence, le gouvernement a rejeté, le 9 septembre 2005, cette requête des coalitions culturelles du Québec et du Canada anglais.

Près d'un an plus tard, on a l'impression, déjà, que tout a été dit dans ce dossier malheureux où l'on a vu le CRTC, *d'abord*, émettre des licences d'exploitation en contravention de la Loi et de la Politique canadienne de radiodiffusion, et le cabinet fédéral, *ensuite*, confirmer cette décision sous la pression de groupes dont le principal intérêt n'est certes pas l'épanouissement de la création musicale québécoise. Ce dossier, par son aboutissement, compromet pourtant l'existence d'un des principaux espaces où se rencontrent l'artiste québécois et son public.

Il ne s'agit pas seulement, en effet, d'une défaite pour les intervenants culturels et pour l'unanimité des élus du Québec, qui se sont élevés contre la décision du CRTC : il s'agit d'une brèche dans laquelle pourrait glisser une bonne partie de nos acquis en matière de réglementation de la radiodiffusion, si nous n'y prenons garde. Certes, au terme de l'intense

campagne de lobbying qui a suivi notre appel, les requérantes ont bonifié leur offre de contenu francophone (au détriment, précisons-le, du reste de leur offre canadienne) et se sont engagées à compenser financièrement le milieu musical s'il advenait, pour des raisons techniques inévitables, qu'elles ne puissent la respecter. En contrepartie d'un privilège hors du commun, les entreprises formulaient donc un engagement qui, en fait, est une obligation commune à tous les radiodiffuseurs au Canada: encourager le développement des talents canadiens. À cette différence paradoxale, cependant, qu'elles se proposent de n'offrir qu'une visibilité éminemment marginale à ces talents d'ici, en les noyant dans une mer de contenu américain: on s'engage, en somme, à financer le développement de talents auxquels on ne donnera aucune chance de se faire entendre.

Malgré ce qu'ont laissé entendre les promoteurs et leurs partenaires, jamais l'ADISQ n'a-t-elle exigé l'interdiction de tels services au Canada. Nous avons simplement souligné qu'aucune menace réelle ou prétendue ne justifiait le reniement de 30 ans d'acquis législatifs en matière de radiodiffusion, et réclamé que des audiences soient tenues afin de trouver les meilleurs moyens d'arrimer nos dispositifs réglementaires et ces nouvelles technologies, dans le meilleur intérêt, des créateurs et développeurs de ce contenu auxquels ils s'alimentent. En lieu et place, les instances réglementaires et politiques ont plutôt opté pour l'occultation pure et simple des principes mêmes de la Loi sur la radiodiffusion.

C'est une décision incompréhensible qui motive même certains, désormais, à nier toute crédibilité au CRTC et à réclamer son abolition. L'ADISQ ne partage pas ce point de vue qui nous semble relever d'une autre forme d'excès. Nous ne souhaitons pas l'abolition du CRTC. Nous demandons qu'il fasse son travail, et nous demandons que le gouvernement du Canada l'y contraigne. Et enfin, nous entendons insister auprès du gouvernement pour qu'il refasse ses devoirs et établisse des politiques culturelles fortes qui tiendront compte de l'accélération technologique fulgurante à laquelle l'industrie canadienne de la radiodiffusion, comme de la culture, se trouve soumise.

Le cas de CHOI ou: une histoire sans fin

Cette dernière année a été également celle où la décision du CRTC de ne pas renouveler la licence d'exploitation de CHOI-FM aura été finalement maintenue par la Cour d'appel fédérale. Dans ce dossier, on s'en souviendra,

l'ADISQ s'était portée publiquement à la défense du CRTC, dont l'autorité était contestée par l'exploitant de la station, Genex Communications.

L'ADISQ a donc été rassurée de voir la Cour réaffirmer l'autorité du CRTC dans la mise en œuvre de la politique canadienne de la radiodiffusion, politique à laquelle CHOI-FM contrevenait à plus d'un titre. Plus spécifiquement, l'ADISQ s'est dite heureuse que la Cour d'appel fédérale ait reconnu, dans son jugement, que le droit de détenir une licence permettant l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion ne constituait pas un droit acquis et que, conséquemment, le titulaire d'une telle licence devait toujours se comporter en radiodiffuseur responsable – matière en laquelle le CRTC avait plein pouvoir et pleine discrétion. L'ADISQ est heureuse, également, que la Cour d'appel fédérale ait fait siens les arguments qu'elle avait elle-même évoqués quant aux limites de la liberté d'expression, qui ne saurait en aucune circonstance constituer un droit absolu. La Cour d'appel, en effet, a statué que «le droit à la liberté d'expression reconnu à la Charte n'exige pas de l'État ou du CRTC qu'ils se rendent complices ou promoteurs de propos diffamatoires, de violations des droits à la vie privée, à l'intégrité, à la dignité humaine et à la réputation en les obligeant à émettre une licence de radiodiffusion utilisée à ces fins.»

Malheureusement, l'entrepreneur à l'origine d'un tel modèle de radiodiffusion dans la vieille capitale n'allait évidemment pas laisser se terminer le dossier sans épuiser ses ultimes recours. Au moment où ces lignes sont écrites, la Cour suprême du Canada étudie une demande de Genex, qui estime qu'elle devrait revoir et, éventuellement, invalider la décision de la Cour d'appel fédérale.

Licences de radiodiffusion

En octobre 2005, l'ADISQ a également participé, par le dépôt d'un mémoire, au processus public du CRTC visant à octroyer de nouvelles licences radio dans les marchés de Montréal et Québec. De même, en novembre 2005, l'ADISQ a participé, par le dépôt d'un mémoire, au processus public du CRTC visant à octroyer de nouvelles licences radio dans les marchés de Petit-de-Gras, en Nouvelle-Écosse, et de Lebel-sur-Quevillon.

L'ADISQ n'a accordé formellement son appui à aucune des demandes mentionnées ici. Elle a cependant analysé chacune à l'aune d'un ensemble de facteurs, dont l'incidence sur le marché de l'octroi de nouvelles licences radio

(eu égard à la conjoncture économique et aux incidences financières); la concurrence dans le marché (eu égard au risque de déséquilibre concurrentiel); la diversité des sources de nouvelles; et la qualité des demandes déposées (notamment à l'égard des engagements pris en matière de contenu canadien et au pourcentage de musique vocale de langue française).

En mars 2006, le CRTC a accordé pour le marché de Montréal des licences à deux des projets soumis, soit celui de la Radio communautaire de LaSalle et celui Radio Chalom. En ce qui a trait au marché de Québec, le CRTC a refusé la demande de l'Association d'églises baptistes réformées du Québec mais n'a toujours pas pris de décisions pour les autres demandes présentées pour ce marché. Enfin, le CRTC a accordé des licences aux deux demandes examinées par l'ADISQ pour les marchés de Lebel-sur-Quevillon et de Petit-de-Gras.

TÉLÉVISION

Demande de Bell GlobeMedia Inc. : l'ADISQ se prononce

Bell GlobeMedia Inc. (BGM) détient la propriété et le contrôle de CTV Inc. (CTV), le plus grand radiodiffuseur privé au Canada. BGM est également un chef de file dans le secteur des services spécialisés de télévision. En outre, par l'intermédiaire d'une filiale, BGM possède aussi *The Globe and Mail*, un des principaux quotidiens du pays.

Le 8 décembre 2005, l'entreprise a proposé, dans une demande au CRTC, une série de transactions entraînant une réorganisation de sa structure de propriété. La valeur des transactions proposées est estimée à 685 195 257 \$. Avant la transaction, la propriété de BGM était répartie de la façon suivante : BCE (68,5 %); Woodbridge (31,5 %). Après la transaction, si celle-ci était acceptée par le CRTC, elle deviendrait la suivante : BCE (20 %); Woodbridge (40 %); Teachers (20 %); et Torstar (20 %).

Dans sa demande, BGM a fait notamment valoir au CRTC que la réorganisation de la structure de propriété proposée n'entraîne aucune obligation relative aux avantages tangibles découlant de la politique énoncée par le Conseil à cet égard. Rappelons que cette politique du Conseil prévoit que, lors de demandes de transfert de propriété ou de contrôle d'une

entreprise de télévision, le Conseil s'attend généralement à ce que des avantages importants découlent de la transaction, à la fois pour la collectivité desservie et pour l'ensemble du système canadien de radiodiffusion. Le Conseil ne sollicitant pas de demandes concurrentes, il incombe aux requérants de prouver que la demande déposée constitue la meilleure proposition dans les circonstances, et que ses avantages sont proportionnels à l'importance et à la nature de la transaction. De l'avis du Conseil, étant donné l'absence de processus concurrentiel lors des transferts de propriété ou de contrôle de ces entreprises, le critère des avantages permet vraiment d'assurer que l'intérêt public est bien servi. C'est pourquoi le CRTC s'attend à ce que les engagements des requérants portent sur des avantages précis et sans équivoque, représentant une contribution financière de 10 % de la valeur de la transaction acceptée par le Conseil. Pour se soustraire à cette politique, BGM prétend que, puisque qu'il n'y a pas de transfert de contrôle (puisque'il n'y a pas de nouvel actionnaire majoritaire) mais un changement de contrôle, la politique du CRTC en cette matière ne s'applique pas.

Jugeant qu'il s'agissait là d'un principe important auquel BGM semblait vouloir déroger à l'aide d'acrobaties juridico-administratives, l'ADISQ a donné son appui de principe à la position conjointe de la *Directors Guild of Canada* (DGC), de la *Writers Guild of Canada* (WGC), et de l'*Alliance of Canadian Cinema, Television & Radio Artists* (ACTRA). L'ADISQ a également donné son soutien aux arguments détaillés présentés par ce regroupement, à l'effet qu'il est au contraire tout à fait justifié que Bell Globemedia soit tenue de verser des avantages tangibles dans le cadre de sa demande de réorganisation de la structure de propriété et ce, parce qu'il s'agit d'un véritable transfert de contrôle. Il faut rappeler, à cet égard, que l'ADISQ a toujours eu pour mission d'intervenir dans tous les forums et auprès de toutes les instances d'élaboration de politiques et de réglementation, afin de favoriser la plus grande présence possible de la chanson et de l'humour dans les médias au Canada – dont la télévision – et d'assurer que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin. C'est dans le cadre de cette mission que l'ADISQ est intervenue sur cette question.

Au moment où ces lignes sont écrites, le CRTC n'a toujours pas rendu de décision dans ce dossier.

RÈGLES DE PROPRIÉTÉ ÉTRANGÈRE: LA MENACE

En avril 2005, M. David L. Emerson, alors ministre de l'Industrie du Canada, a mis sur pied un groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications. Ce groupe d'étude a pour mandat d'examiner la politique et le cadre de réglementation des télécommunications du Canada, et de formuler des recommandations sur la manière de moderniser ce dernier, dans l'intérêt de l'industrie et des consommateurs canadiens.

Le groupe d'étude a entrepris une vaste consultation publique à laquelle l'ADISQ a participé activement, à l'intérieur d'un regroupement d'organismes culturels composé de l'APFTQ, l'ARRQ, l'AQTIS, la SARTEC, la SPACQ et l'Uda. Dans son intervention écrite et lors de sa comparution dans un des deux forums organisés dans le cadre de la consultation publique, ce regroupement a notamment fait valoir que le leadership et l'engagement très clair du Canada dans la promotion de la diversité des expressions culturelles imposent la mise en place de politiques cohérentes dans le domaine des télécommunications. Le Canada, en effet, réussit mieux que la plupart des autres pays en matière de télécommunications en grande partie parce qu'il a su se doter de cadres réglementaires capables de concilier à la fois les impératifs économiques et les exigences découlant des politiques culturelles.

Le regroupement a rappelé que, dans un univers où s'effacent les distinctions entre ce qui relève de la radiodiffusion et ce qui relève des télécommunications, il importe de tenir compte, non seulement des principes de la politique de télécommunications, mais aussi de ceux énoncés dans la politique sur la radiodiffusion. Les mutations techniques, en effet, ne font pas disparaître les défis qui sont à l'origine des encadrements que l'on a jugé opportun de mettre en place: elles requièrent d'être encore plus innovateur dans les façons de faire et dans la capacité de prendre en considération un ensemble de facteurs, dont l'amélioration des conditions de production et de diffusion des œuvres de création.

Le regroupement a également rappelé que, si l'environnement technique permet aux consommateurs d'exercer plus de choix, il doit aussi leur assurer une vraie possibilité de sélection et l'accès à des œuvres qui reflètent les traits de la culture canadienne. Le démantèlement des mécanismes assurant une place aux productions canadiennes priverait les Canadiens d'une possibilité véritable de choisir. Et c'est en obligeant les entreprises qui rendent disponibles ici des contenus étrangers à

réinvestir dans la production canadienne qu'on assure, en partie, la disponibilité de contenus canadiens de qualité.

C'est pourquoi, a affirmé le regroupement dont faisait partie l'ADISQ, le gouvernement, tout comme le CRTC, doivent continuer de jouer un rôle proactif dans la réglementation des télécommunications. Le phénomène de mondialisation accroît l'importance de s'assurer que le contrôle des infrastructures jouant un rôle dans la transmission de contenus s'exerce effectivement au Canada. Il faut conserver une prise sur un secteur-clé de l'économie. Il serait inapproprié de lever les actuelles dispositions visant à garantir le contrôle canadien effectif des entreprises de télécommunications œuvrant au Canada.

Le groupe d'étude a étudié les représentations des différentes parties et a finalement déposé son rapport, qui contient 127 recommandations, le 22 mars 2006. C'est avec consternation que le regroupement dont faisait partie l'ADISQ a appris qu'on y recommandait notamment de libéraliser les restrictions à l'investissement étranger. Reconnaisant les liens de plus en plus étroits unissant les entreprises de télécommunications et les entreprises de radiodiffusion, le groupe d'étude, en effet, recommande de procéder en deux phases: une première phase pour les entreprises de télécommunications qui ne font pas de radiodiffusion et une deuxième phase, après l'examen en cours de la politique de radiodiffusion. Dans son rapport, le groupe d'étude invoque les risques d'iniquité à libéraliser pour les uns et non pour les autres. Dans un tel contexte, il estime qu'il serait extrêmement difficile de restreindre la libéralisation en radiodiffusion si cela était chose faite en télécommunications.

En réaction à ce rapport, le regroupement d'associations du milieu culturel s'est empressé de transmettre une lettre au premier ministre Stephen Harper, afin de lui faire part de sa vive inquiétude vis-à-vis une telle recommandation et des dangers que représenterait, pour la diversité des expressions culturelles, une levée des dispositions actuelles visant à garantir le contrôle canadien effectif des entreprises de télécommunications œuvrant au Canada. Le regroupement a fait valoir au premier ministre que la suppression des limites en matière de propriété étrangère transformerait inévitablement les entreprises de télécommunications et de radiodiffusion en succursales. Il en résulterait la perte d'une grande partie des postes de haute direction, des postes stratégiques ainsi que des talents créatifs et des emplois techniques, de même qu'une perte évidente de l'expertise canadienne dans le

RADIODIFFUSION

domaine de la programmation et des technologies liées à une industrie nationale de création, de production, de diffusion et de transmission.

Au moment où ces lignes sont écrites, le gouvernement canadien n'a toujours pas répondu aux recommandations de ce rapport.

TÉLÉPHONIE MOBILE

Au printemps 2005, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a demandé au CRTC de clarifier sa position sur la nature des nouveaux services de télédiffusion mobile en direct, de façon à déterminer à quel type de réglementation ceux-ci devraient être soumis.

Ces nouveaux services, en effet, ont été mis en marché sans aucune autorisation préalable du Conseil par plusieurs entreprises. Bell Mobility Inc., Rogers Wireless inc., Telus Mobility et Look Communications Inc. offrent toutes à leurs abonnés de services sans fil un accès en temps réel à des contenus de radiodiffusion, moyennant un abonnement mensuel.

Considérant que ces services de radiodiffusion étaient admissibles à l'exemption sur les nouveaux médias du CRTC, Bell, Rogers, Telus et Look ont donc lancé ceux-ci sans l'autorisation du Conseil. Rappelons que cette exemption sur les nouveaux médias dispense les entreprises qui offrent des services distribués et accessibles sur Internet (par exemple les radios sur Internet) de l'obligation de détenir une licence et d'être soumises à la réglementation en vigueur.

En réponse à la demande de l'ACR, le CRTC a donc sollicité des observations sur un cadre de réglementation approprié pouvant régir les services de télédiffusion mobile en direct du type proposé par ces entreprises. Dans le cadre de cet appel d'observations, le CRTC a soumis les questions suivantes aux commentaires du public:

- les services proposés font-ils partie du champ d'application de l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias?
- si les services proposés ne font pas partie du champ d'application de l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias, devrait-on publier une nouvelle ordonnance d'exemption qui couvre ces services? et
- s'il faut publier une nouvelle ordonnance d'exemption, quels champs d'application devrait-elle couvrir?

L'ADISQ est intervenue dans ce dossier en faisant valoir la position suivante.

En ce qui concerne la première des trois questions du CRTC, l'ADISQ a demandé à M^e Pierre Trudel, professeur à la faculté de droit de l'Université de Montréal, de produire un avis juridique précisant si la radiodiffusion mobile est couverte par l'ordonnance d'exemption. Dans cet avis juridique, le professeur Trudel conclut que les services de radiodiffusion mobile offerts par les entreprises citées ici ne sont pas admissibles à l'ordonnance d'exemption, puisque ceux-ci ne sont pas distribués ni accessibles via Internet mais plutôt via un récepteur dédié et configuré selon les spécifications de ces entreprises. Selon le professeur Trudel, le fait que certaines étapes du processus d'acheminement des émissions aux abonnés empruntent les protocoles caractéristiques d'Internet ne fait pas de ces services des services transmis et reçus via Internet. Selon le professeur Trudel, il s'agit plutôt, ici, d'un modèle selon lequel l'utilisateur se voit proposer un ensemble de programmes qu'il peut visionner sur son terminal téléphonique.

En réponse à la deuxième question du CRTC, l'ADISQ a rappelé au Conseil que c'est le régime de la licence de radiodiffusion, et non pas l'ordonnance d'exemption, qui devrait être la norme, et que ces services devraient donc être réglementés par les mécanismes de la licence de radiodiffusion. L'ADISQ a également rappelé qu'elle n'était pas opposée au déploiement de technologies innovatrices afin de ne pas en priver les Canadiens, mais qu'il importait d'assurer que ce déploiement se fasse dans le cadre prévu par la politique canadienne de radiodiffusion. Cela implique, a rappelé l'association, qu'il faut se donner la peine d'examiner exhaustivement les enjeux posés par les nouveaux services proposés et de faire preuve d'imagination afin de garantir que ces services se développent dans le sens indiqué par la Loi sur la radiodiffusion, notamment en termes de contenus canadien et francophone.

Enfin, en réponse à sa troisième question, l'ADISQ a fait valoir au CRTC qu'une ordonnance d'exemption ne pourrait intervenir qu'à l'issue d'un processus qui établirait s'il est ou non nécessaire que ces entreprises se conforment à la Partie 2 de la Loi. Aux termes de la politique du Conseil, en effet, la publication d'une ordonnance d'exemption qui viserait les services de télédiffusion mobile en direct n'est envisageable que s'il est démontré que le fait d'exempter ce type d'entreprise de l'obligation de détenir une licence serait sans conséquence majeure sur la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion. Selon l'ADISQ, il incombe donc aux entreprises concernées de faire cette démonstration.

Dans une décision rendue publique le 12 avril 2006, le CRTC a statué que les services de télédiffusion mobile en direct, offrant de la programmation télévisuelle accessible au moyen d'un combiné sans fil comme le téléphone cellulaire, sont exemptés de la réglementation et ce, parce que ceux-ci sont distribués et accessibles sur Internet. Le CRTC a également décidé que les services de télédiffusion mobile, qu'ils soient ou non distribués et accessibles sur Internet, devraient également être exemptés. En outre, le CRTC a également émis un avis public demandant aux Canadiens de formuler leurs observations sur une ordonnance d'exemption appropriée à ce type de services.

L'ADISQ déplore que le CRTC ait de nouveau choisi d'exempter de nouveaux services, plutôt que de soumettre ceux-ci aux règles s'appliquant à tout service de radiodiffusion. Par contre, l'ADISQ se réjouit tout de même de certains passages de cette décision, où le CRTC affirme que les nouveaux services sont complémentaires aux services traditionnels et n'empêchent pas ceux-ci de remplir leurs obligations en vertu de la Loi. Par une telle affirmation, le CRTC réfute donc la prétention de certaines entreprises de radiodiffusion (notamment les stations de radio, dans le cadre de l'actuel examen de la Politique sur la radio commerciale) à l'effet que celles-ci sont menacées par les nouvelles technologies, ce qui les empêcherait de remplir leurs obligations réglementaires et justifierait donc un assouplissement de celles-ci. L'ADISQ se réjouit également de ce que le CRTC ait mentionné qu'il n'y avait pas lieu, pour l'instant, de réviser l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias et qu'il continuait tout de même de surveiller la diffusion de programmation télévisuelle sur Internet et ses répercussions sur l'industrie canadienne de la radiodiffusion

AUTRES DOSSIERS

L'ADISQ a effectué diverses interventions, au cours de la dernière année, dans le cadre de différents dossiers de nature courante ou administrative. Certaines de ces interventions ont consisté en la formulation de réserves quant à l'utilisation, par le CRTC, d'un processus abrégé de renouvellement de licence – ou, à tout le moins, d'un processus régulier comportant trop peu d'éléments de mesure pour permettre à l'ADISQ de réaliser une évaluation adéquate du comportement d'une station de radio.

L'ADISQ a fait valoir qu'une telle situation, où une station peut se voir accorder un renouvellement de sa licence pour une période de sept ans sur la base de très peu d'éléments de mesure, n'était pas saine pour le bon fonctionnement du système canadien de radiodiffusion. Ce processus de renouvellement abrégé – ou régulier avec trop peu d'éléments de mesure – a notamment été utilisé par le CRTC, au cours de la dernière année, pour les stations de radio commerciales suivantes: CIHO-FM St-Hilarion, CKNU-FM Donnacona, CKGM Montréal, CFGL-FM Laval, CHRM-FM Matane, CJLA-FM Lachute, CJAD Montréal, CJFM-FM Montréal.

Les faiblesses et les dangers inhérents à ce type de démarche ont d'ailleurs fait l'objet de représentations de l'ADISQ dans le cadre de l'examen de la Politique sur la radio commerciale.

Une industrie à la recherche d'une base financière viable

État des lieux

À la suite de représentations de l'ADISQ et d'autres intervenants du milieu culturel, les budgets de soutien alloués par les pouvoirs publics à la production de disques et de spectacles sont en progression depuis le milieu des années 1990. Ainsi, depuis 1997, le monde québécois de la musique a pu compter sur un financement additionnel total de quelque 107,8 millions \$, par rapport à ce qui lui était consenti auparavant. Cependant, malgré la plus grande disponibilité des sources de financement depuis quelques années, la production d'ici a structurellement besoin d'un soutien financier croissant des instances publiques pour assurer une diversité de choix et de voix dans l'univers culturel offert aux Québécois.

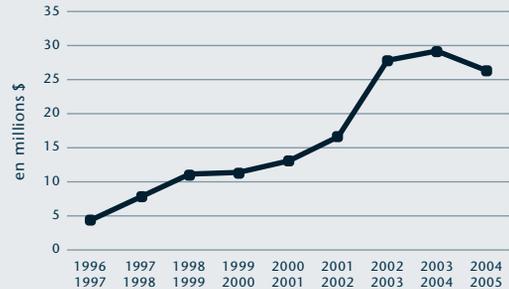
Rappelons que la stratégie de l'ADISQ, au niveau du financement des entreprises, s'inscrit dans le plan d'action global mis en œuvre par l'association au cours des dernières années. Ce plan prévoit qu'au niveau industriel, le soutien des pouvoirs publics devrait s'appliquer transversalement à l'ensemble des acteurs du secteur de la musique, soit : les entreprises de mise en marché et de production de disques ; les entreprises de distribution de disques ; les entreprises d'édition de musique ; les entreprises de gérance d'artistes du disque et du spectacle ; les entreprises de production de spectacles ; les agences de spectacles ; les diffuseurs de spectacles ; et les salles de spectacles. Plus particulièrement, l'ADISQ soutient que la structure industrielle du secteur de la production musicale devrait présenter les trois caractéristiques suivantes :

- un noyau «dur» d'entreprises de grande taille et de taille intermédiaire ;
- un noyau «dur» d'entreprises intermédiaires «en croissance» ; et
- des entreprises de la «relève industrielle» dynamiques.

Il importe donc de souligner, ici, que les représentations de l'ADISQ ont toujours été en faveur d'un renforcement et d'une consolidation de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, sans doute un passage obligé de l'industrie pour faire face à la concurrence des *majors*.

UN SOUTIEN PLUS IMPORTANT DEPUIS 1996

Estimation du financement minimal disponible au milieu québécois de la musique en provenance des gouvernements du Canada et du Québec, depuis 1996



Québec

État des lieux

L'industrie québécoise du disque et du spectacle dispose actuellement de deux principales formes de financement auprès du gouvernement québécois. La première est un ensemble de mesures d'aide sélectives, dont l'essentiel réside dans le Programme d'aide à l'industrie du disque et du spectacle de variétés (PADISQ), mis sur pied en 1983. Longtemps limitées à 4,5 millions \$ par année, ces aides sélectives assurent aujourd'hui un financement annuel de 9,5 millions \$ à l'industrie. La seconde forme de financement est un programme de crédits d'impôt s'appliquant à la production de disques et de spectacles de variétés (chanson et humour). Ces deux formes d'aide sont gérées aujourd'hui par la SODEC. Depuis sa création, en 1995, cette société est devenue un intervenant reconnu et un interlocuteur privilégié, sensible aux défis de l'industrie du disque et du spectacle et qui a manifestement à cœur son développement. À la suite du rapport du Groupe de travail sur la chanson québécoise, en 1998, plusieurs mesures ont été adoptées, qui constituent aujourd'hui une base de développement pour le milieu de la chanson québécoise.

Parmi ces mesures :

- une augmentation des sommes allouées : dès 1998, on a vu doublées les sommes allouées au secteur de la chanson, d'abord de façon ponctuelle, puis de façon récurrente ; elles sont ainsi passées de 4,5 à 9,5 millions \$ par année ;

- L'implantation de crédits d'impôt pour la production de disques et de spectacles de variétés : cette mesure a eu des retombées de plus de 26 millions \$ dans notre secteur culturel, entre sa création en 1999 et l'année 2005, pour un volume de production total de plus de 192 millions \$;
- un accroissement des efforts alloués à la promotion et à la diffusion de la chanson francophone en milieu collégial : de 1999 à 2004, plus de 1 500 représentations de spectacles ont été effectuées dans ce milieu, ce qui a permis de rejoindre plus de 300 000 spectateurs.

2005-2006

UNE INDUSTRIE TOUJOURS CARACTÉRISÉE PAR SA VULNÉRABILITÉ

La réalité financière de l'industrie de l'enregistrement sonore n'a pas changé de façon significative, au cours de la dernière année : pour assurer le développement durable des entreprises qui y œuvrent, un soutien financier croissant de la part du gouvernement québécois demeure impératif – et plus particulièrement le soutien d'une SODEC dotée de moyens suffisants pour avoir une influence décisive.

À cet égard, l'ADISQ n'a pas manqué d'effectuer plusieurs démarches auprès des autorités gouvernementales, au cours des dernières années. Ces démarches n'ont porté fruit que partiellement, mais elles semblent avoir néanmoins contribué à la préservation du rôle de la SODEC auprès de notre industrie. Malheureusement, cependant, aucune somme supplémentaire n'a été allouée à notre secteur culturel, en matière d'aides sélectives, depuis plusieurs années.

C'est sur cette toile de fond en demi-teintes que s'est amorcé le travail de l'ADISQ, en 2005-2006, en vue d'obtenir pour les entreprises de notre secteur un financement plus adéquat. Et c'est dans ce contexte que l'ADISQ, dans le cadre de consultations prébudgétaires de février 2006, a rencontré la ministre de la Culture et des Communications et le ministre des Finances, pour tenter, de nouveau, de les sensibiliser à deux grands ordres de préoccupations jugés prioritaires :

- **La nécessité de renforcer certaines mesures d'aide allouées au secteur de l'enregistrement sonore**

Compte tenu de la chute continue des ventes de disques à l'échelle nationale et internationale, notre industrie doit de plus en plus miser sur le spectacle pour assurer à nos artistes un rayonnement ici et à l'étranger. À cette fin, l'ADISQ estime que l'industrie doit pouvoir compter sur un financement public additionnel de 2 millions \$. Ce financement devrait être réparti entre les différents programmes dédiés au spectacle : le programme de tournée (nationale et internationale), le programme de sensibilisation à la chanson et de diffusion dans les cégeps, et les trois programmes de soutien additionnel prévus au PADISQ mais qui sont demeurés sans financement depuis plusieurs années (les sommes prévues étant plutôt transférées vers le programme d'aide à la tournée nationale, qui aurait dû bénéficier d'un financement supplémentaire).

Malheureusement, sur ce premier ordre de considération, les représentations de l'ADISQ en 2006 n'ont pas davantage donné lieu aux mesures escomptées qu'en 2005. En effet, le dernier budget Audet, le 23 mars 2006, ne prévoit aucune somme additionnelle pour le secteur de l'enregistrement sonore, si ce n'est un élargissement du programme de crédit d'impôt pour la production d'enregistrements sonores (pour plus de précisions à ce sujet, voir plus loin).

Cependant, il est important de souligner que le budget alloué au programme d'aide à la tournée à l'échelle nationale a été augmenté, exceptionnellement, de 1,1 million \$ à 1,2 million \$ pour l'année 2005-2006, grâce à un surplus de fin d'année de la SODEC. Cette hausse non récurrente a été entièrement mise à profit par les producteurs de spectacles, ce qui témoigne avec éloquence de l'intensité de leur activité – et de leurs besoins. En fait, le chiffre de 1,2 million \$ constitue dorénavant une prévision réaliste des besoins minimaux en matière de tournée et c'est donc avec déception que, au moment où nous écrivons ces lignes, nous apprenons que la SODEC entend plutôt fixer à 1,1 million \$ son budget de la prochaine année pour l'aide à la tournée nationale.

S'agissant d'aide publique à notre secteur, il faut souligner également que l'ADISQ, par l'entremise de son comité de financement et en collaboration avec la SODEC, a participé activement, cette année, à la révision de certaines des conditions d'admissibilité du PADISQ. Cet exercice a mené à la soumission, par l'ADISQ, de propositions de modifications à la Commission du disque et du spectacle de variétés, propositions dont certaines ont été acceptées par cette dernière. Ces propositions sont le fruit d'une analyse rigoureuse des impacts économiques engendrés par les sommes allouées aux différentes entreprises qui constituent la clientèle du PADISQ. Elles visaient deux objectifs principaux.

En premier lieu, l'ADISQ a voulu s'assurer que les conditions d'admissibilité des trois niveaux d'aide prévus au programme permettent d'atteindre l'objectif de consolider le secteur de la musique québécoise autour, d'une part, d'un noyau «dur» d'entreprises de grande taille et de taille intermédiaire; d'autre part, d'un noyau «dur» d'entreprises intermédiaires «en croissance»; et, enfin, d'une grappe d'entreprises dynamiques constituant la «relève industrielle».

En second lieu, l'ADISQ a tenu à s'assurer que le processus d'analyse des demandes, par la SODEC, soit le plus transparent possible. Elle a donc demandé à la SODEC de rendre publiques les différentes grilles d'analyse utilisées lors de l'évaluation des demandes. Les nouveaux programmes d'aide aux entreprises du disque et du spectacle de variétés, pour l'année 2006-2007, sont maintenant disponibles sur le site Internet de la SODEC et on constate, à leur lecture, que la Commission du disque et du spectacle s'est montrée très sensible à cette demande de notre part.

- **La nécessité de bonifier le programme de crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores et de spectacles**

Le deuxième ordre de préoccupations auquel l'ADISQ a essayé de sensibiliser la ministre de la Culture et des Communications et le ministre des Finances est la nécessaire bonification du programme de crédit d'impôt associé à notre secteur. Sur cette question, des progrès notables ont été enregistrés cette année.

Rappelons que les efforts que l'ADISQ a déployés sur ce front, en 2004 et 2005, visaient à faire élargir aux DVD musicaux et d'humour le crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores, et à faire intégrer de nouvelles dépenses – les frais de pressage et vidéoclips – au programme actuel, afin d'en maximiser les effets. Devant la réaction favorable de la ministre, l'ADISQ, en collaboration avec des représentants de la SODEC, a aussitôt mis sur pied, au printemps 2005, un chantier visant l'élargissement de ce programme de crédit d'impôt.

Dans le cadre de ce chantier, le comité de financement provincial de l'ADISQ a d'abord vu à la préparation d'un argumentaire en faveur de la modification du programme de crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores, argumentaire déposé devant le ministre des Finances en mai 2005. L'ADISQ rappelle que ce programme de crédit d'impôt existe depuis 1999, mais qu'il demeure sous-utilisé.

En outre, les développements des technologies numériques ont eu des répercussions très importantes sur le domaine de la musique et sont venus bouleverser de façon marquée les pratiques établies, en ouvrant notamment de nouvelles possibilités de création et d'expression musicales. À cet égard, les nouveaux supports récemment apparus sur le marché, tels le SACD (*super audio compact disk*), le DVD audio et le DVD vidéo musical permettent une qualité inégalée, au niveau tant de l'image que du son. D'ailleurs, selon une étude réalisée par la SODEC, la croissance des ventes du DVD vidéo musical s'est confirmée depuis son apparition en 1997, et elle a connu des bonds importants au cours des années 2002 et 2003. Sur le plan de la diversité, cependant, l'offre est toutefois dominée par la production américaine, la production québécoise ne constituant, selon les chiffres de 2003, que 4% de l'offre en nombre de copies commercialisées, et 1% en nombre de titres. Entre 1999 et 2004, la filière québécoise du disque et du spectacle de variétés n'a réussi à produire qu'une moyenne de trois DVD vidéo musicaux «supports uniques» par année. Cela la défavorise sur le plan de l'offre, et prive ses artistes et artisans d'un moyen d'expression et de communication de leur art.

Comme cette situation s'explique en grande partie par l'importance des coûts de production et la difficulté de rentabiliser un investissement dans un DVD musical sur le marché restreint du Québec, l'ADISQ a donc proposé une série de modifications au programme de crédit d'impôt, en vue de faciliter l'investissement dans ce médium d'avenir. Ces modifications visent à assurer aux entreprises de production une base de financement stable pour stimuler leur croissance, à mieux structurer l'économie de ce secteur et à favoriser la création d'emplois. En cela, elles s'inscrivent intégralement dans les objectifs initiaux du programme de crédit d'impôt.

Les représentations de l'ADISQ sur cette question ont porté fruit. En effet, bien que

le budget Audet du 23 mars dernier ne prévoie aucune somme supplémentaire pour la SODEC – et, donc, pour notre secteur – il comporte une excellente nouvelle sur le plan du programme de crédit d'impôt, puisque qu'il annonce son élargissement selon les lignes proposées par l'ADISQ.

L'ADISQ ne peut que se réjouir de l'efficacité et de la promptitude avec laquelle le ministre Audet a mené à terme ce dossier. De toute évidence, le ministre a pris la véritable mesure des développements rapides survenus dans le domaine de la musique, compte tenu de la croissance du marché du DVD vidéo musical et d'humour. À l'heure où la concurrence étrangère est de plus en plus vive dans le domaine du DVD vidéo musical, l'élargissement de cette mesure fiscale

ENQUÊTE SUR LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE DE L'OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

Tableau synthèse par discipline pour les années 2004 et 2005 – Statistiques principales¹

	Unité	Arts de la scène TOTAL			Théâtre			Danse	
		2004	2005	Variation	2004	2005	Variation	2004	2005
Spectacles différents	n	n/a	n/a	n/a	473	543	14,8 %	180	189
Représentations	n	16 138	15 271	-5,4 %	6 176	5 951	-3,6 %	778	719
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle	n	n/a	n/a	n/a	13,1	11,0	-16,0 %	4,3	3,8
Assistance totale	n	6 981 749	6 650 850	-4,7 %	1 701 766	1 607 050	-5,6 %	229 160	222 234
Assistance payante	n	6 053 517	5 727 210	-5,4 %	1 504 521	1 405 511	-6,6 %	201 516	186 784
Assistance avec billet de faveur	n	928 232	923 640	-0,5 %	197 245	201 539	2,2 %	27 644	35 450
Taux de spectateurs avec billet de faveur	%	13,3	13,9	4,5 %	11,6	13	7,8 %	12,1	16,0
Assistance moyenne par représentation	n	433	436	0,7 %	276	270	-2,2 %	295	309
Assistance moyenne par spectacle	n	n/a	n/a	n/a	3 598	2 960	-17,7 %	1 273	1 176
Billets disponibles	n	9 656 185	9 482 783	-1,8 %	2 340 439	2 256 336	-3,6 %	355 627	330 818
Taux d'occupation ²	%	72,3	70,1	-3,0 %	72,7	71	-2,1 %	64,4	67
Taux d'occupation de l'assistance payante ³	%	62,7	60,4	-3,7 %	64,3	62	-3,1 %	56,7	57
Salles utilisées	n	502	525	4,6 %	250	255	2,0 %	80	82
Nombre moyen de salles où a été présenté un même spectacle	n	n/a	n/a	n/a	0,5	0,5	0,0 %	0,4	0,4
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	182 418 664	184 674 468	1,2 %	30 227 291	30 650 016	1,4 %	4 436 760	5 738 733
Revenu moyen de billetterie par spectateur	\$	26,13	27,77	6,3 %	17,76	19,07	7,4 %	19,36	25,82
Revenu moyen de billetterie par spectateur payant	\$	30,13	32,25	7,0 %	20,09	21,81	8,6 %	22,02	30,72
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	11 304	12 093	7,0 %	4 894	5 150	5,2 %	5 703	7 982
Revenu moyen de billetterie par spectacle	\$	n/a	n/a	n/a	63 905	56 446	-11,7 %	24 649	30 364

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations présentées dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires et destinées aux élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement, ni les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un cover charge.

2. Taux d'occupation : proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

3. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion du nombre de spectateurs payants par rapport au nombre de billets disponibles.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec et analyses de l'ADISQ

FINANCEMENT

stimulera les investissements des producteurs, renforcera le dynamisme de notre secteur culturel et bénéficiera directement aux artistes québécois, grâce aux nouveaux débouchés créés. Cette nouvelle mesure permettra à l'industrie québécoise de l'enregistrement sonore de maximiser ses occasions de développer son marché national, encore embryonnaire, de production de DVD musicaux et d'humour.

Cette nouvelle mesure, qui est le résultat d'efforts concertés de l'ADISQ et de la SODEC, constitue donc une victoire pour l'ensemble de l'industrie, puisqu'elle pourrait aller jusqu'à doubler le soutien fiscal offert aux producteurs et, par conséquent, favoriser la croissance de l'industrie et aider ses entreprises à consolider leur situation financière.

L'OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

L'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec (OCCQ) a été créé en juin 2000 par le gouvernement du Québec, en partenariat avec l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et la SODEC.

Cet Observatoire a pour mission de doter l'ensemble des secteurs culturels et des communications québécois d'un instrument d'analyse leur donnant accès à un portrait complet de la réalité culturelle et de son évolution, en plus de permettre au gouvernement de mieux évaluer l'impact de ses politiques sur sa clientèle.

Un comité de direction est chargé de définir les orientations et priorités de l'Observatoire,

Variation	Musique			Chanson francophone			Chanson anglophone			Variétés		
	2004	2005	Variation	2004	2005	Variation	2004	2005	Variation	2004	2005	Variation
5,0 %	n/a	n/a	n/a	n/a	590	n/a	n/a	561	n/a	299	241	-19,4 %
-7,6 %	2313	2027	-12,4 %	2 310	2 464	6,7 %	883	902	2,2 %	3 273	2 935	-10,3 %
-11,6 %	n/a	n/a	n/a	n/a	4,2	n/a	n/a	1,6	n/a	10,9	12,2	11,9 %
-3,0 %	973 168	850 716	-12,6 %	953 274	1 143 417	19,9 %	965 617	942 289	-2,4 %	2 054 735	1 803 883	-12,2 %
-7,3 %	837 899	706 491	-15,7 %	794 778	987 728	24,3 %	887 029	864 082	-2,6 %	1 744 193	1 510 388	-13,4 %
28,2 %	135 269	144 225	6,6 %	158 496	155 689	-1,8 %	78 588	78 207	-0,5 %	310 542	293 495	-5,5 %
32,2 %	13,9	17,0	22,3 %	16,6	13,6	-18,1 %	8,1	8,3	2,5 %	15,1	16,3	7,9 %
4,7 %	421	420	-0,2 %	413	464	12,3 %	1 094	1 045	-4,5 %	628	615	-2,1 %
-7,6 %	n/a	n/a	n/a	n/a	1 938	n/a	n/a	1 680	n/a	6 872	7 485	8,9 %
-7,0 %	1 495 364	1 368 457	-8,5 %	1 356 630	1 682 339	24,0 %	1 205 205	1 229 309	2,0 %	2 738 370	2 455 363	-10,3 %
4,3 %	65,1	62,2	-4,5 %	70	68,0	-3,3 %	80,1	76,7	-4,2 %	75,0	73,5	-2,0 %
-0,4 %	56,0	51,6	-7,9 %	59	58,7	0,2 %	73,6	70,3	-4,5 %	63,7	61,5	-3,5 %
2,5 %	310	312	0,6 %	234	252	7,7 %	105	122	16,2 %	175	165	-5,7 %
0,0 %	n/a	n/a	n/a	n/a	0,4	n/a	n/a	0,2	n/a	0,6	0,7	16,7 %
29,3 %	16 276 262	20 238 915	24,3 %	21 218 075	30 727 285	44,8 %	39 903 330	34 016 585	-14,8 %	68 737 784	61 346 081	-10,8 %
33,4 %	16,73	23,79	42,2 %	22,26	26,87	20,7 %	41,32	36,10	-12,6 %	33,45	34,01	1,7 %
39,5 %	19,43	28,65	47,5 %	26,70	31,11	16,5 %	44,99	39,37	-12,5 %	39,41	40,62	3,1 %
40,0 %	7 037	9 985	41,9 %	9 185	12 470	35,8 %	45 191	37 712	-16,5 %	21 001	20 902	-0,5 %
23,2 %	n/a	n/a	n/a	n/a	52 080	n/a	n/a	60 636	n/a	229 892	254 548	10,7 %

CARACTÉRISTIQUES DES REPRÉSENTATIONS PAYANTES¹ EN CHANSON² SELON LE GENRE DE SPECTACLES ET LA TAILLE DE LA SALLE, QUÉBEC, 2004-2005

	Unité	Chanson francophone			Chanson anglophone			Chanson dans une autre	
		2004	2005	Variation	2004	2005	Variation	2004	2005
Représentations dans de petites salles³									
Représentations	n	931	874	-6,1 %	188	220	17,0 %	48	37
Assistance totale	n	119 463	114 308	-4,3 %	23 793	24 275	2,0 %	5 617	5 452
Assistance payante	n	100 939	94 825	-6,1 %	22 131	22 105	-0,1 %	4 728	4 421
Assistance avec billet de faveur	n	18 524	19 483	5,2 %	1 662	2 170	30,6 %	889	1 031
Taux de spectateurs avec billet de faveur	%	15,5	17	9,7 %	7	8,9	27,1 %	15,8	18,9
Assistance moyenne par représentation	n	128	131	2,3 %	127	110	-13,4 %	117	147
Billets disponibles	n	170 551	162 850	-4,5 %	39 914	42 674	6,9 %	8 075	7 500
Taux d'occupation ⁴	%	70	70,2	0,3 %	59,6	56,9	-4,5 %	69,6	72,7
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁵	%	59,2	58,2	-1,7 %	55,4	51,8	-6,5 %	58,6	58,9
Salles utilisées	n	115	121	5,2 %	40	45	12,5 %	32	25
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	1 701 370	1 719 790	1,1 %	253 386	284 691	12,4 %	98 880	78 828
Revenu moyen de billetterie par spectateur	\$	14,24	15,05	5,7 %	10,65	11,73	10,1 %	17,6	14,46
Revenu moyen de billetterie par spectateur payant	\$	16,86	18,14	7,6 %	11,45	12,88	12,5 %	20,91	17,83
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	1 827	1 968	7,7 %	1 348	1 294	-4,0 %	2 060	2 130
Représentations dans des salles moyennes⁶									
Représentations	n	644	677	5,1 %	169	149	-11,8 %	63	30
Assistance totale	n	214 663	243 635	13,5 %	51 336	46 657	-9,1 %	17 670	6 038
Assistance payante	n	188 506	216 608	14,9 %	42 298	39 929	-5,6 %	10 431	5 134
Assistance avec billet de faveur	n	26 157	27 027	3,3 %	9 038	6 728	-25,6 %	7 239	904
Taux de spectateurs avec billet de faveur	%	12,2	11,1	-9,0 %	17,6	14,4	-18,2 %	41	15
Assistance moyenne par représentation	n	333	360	8,1 %	304	313	3,0 %	280	201
Billets disponibles	n	308 878	337 545	9,3 %	78 291	71 487	-8,7 %	28 225	13 110
Taux d'occupation ⁴	%	69,5	72,2	3,9 %	65,6	65,3	-0,5 %	62,6	46,1
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁵	%	61	64,2	5,2 %	54	55,9	3,5 %	37	39,2
Salles utilisées	n	64	69	7,8 %	25	29	16,0 %	15	16
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	4 745 761	5 277 938	11,2 %	947 738	624 150	-34,1 %	277 157	98 351
Revenu moyen de billetterie par spectateur	\$	22,11	21,66	-2,0 %	18,46	13,38	-27,5 %	15,69	16,29
Revenu moyen de billetterie par spectateur payant	\$	25,18	24,37	-3,2 %	22,41	15,63	-30,3 %	26,57	19,16
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	7 369	7 796	5,8 %	5 608	4 189	-25,3 %	4 399	3 278
Représentations dans de grandes salles⁷									
Représentations	n	735	913	24,2 %	526	533	1,3 %	41	38
Assistance totale	n	619 148	785 474	26,9 %	890 488	871 357	-2,1 %	28 949	36 979
Assistance payante	n	505 333	676 295	33,8 %	822 600	802 048	-2,5 %	22 723	30 600
Assistance avec billet de faveur	n	113 815	109 179	-4,1 %	67 888	69 309	2,1 %	6 226	6 379
Taux de spectateurs avec billet de faveur	%	18,4	13,9	-24,5 %	7,6	8	5,3 %	21,5	17,3
Assistance moyenne par représentation	n	842	860	2,1 %	1 693	1 635	-3,4 %	706	973
Billets disponibles	n	877 201	1 181 944	34,7 %	1 087 000	1 115 148	2,6 %	46 846	84 476
Taux d'occupation ⁴	%	70,6	66,5	-5,8 %	81,9	78,1	-4,6 %	61,8	43,8
Taux d'occupation de l'assistance payante ⁵	%	57,6	57,2	-0,7 %	75,7	71,9	-5,0 %	48,5	36,2
Salles utilisées	n	55	62	12,7 %	40	48	20,0 %	21	17
Revenus de billetterie excluant les taxes	\$	14 770 943	23 729 558	60,7 %	38 702 207	33 107 744	-14,5 %	488 974	1 322 426
Revenu moyen de billetterie par spectateur	\$	23,86	30,21	26,6 %	43,46	38,00	-12,6 %	16,89	35,76
Revenu moyen de billetterie par spectateur payant	\$	29,23	35,09	20,0 %	47,05	41,28	-12,3 %	21,52	43,22
Revenu moyen de billetterie par représentation	\$	20 097	25 991	29,3 %	73 578	62 116	-15,6 %	11 926	34 801

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations présentées dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires et destinées aux élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement, ni les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un cover charge.

2. Inclut les spectacles de chanson en français, en anglais ou dans une autre langue, quelque soit le style (excluant cependant les spectacles d'opéra, de jazz/blues chanté et de chanson du monde/folklorique, qui sont classés dans « musique »).

3. Petites salles : salles comportant moins de 400 sièges.

4. Taux d'occupation : proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

5. Taux d'occupation de l'assistance payante : proportion du nombre de spectateurs payants par rapport au nombre de billets disponibles.

6. Salles moyennes : salles comportant de 400 à 700 sièges.

7. Grandes salles : salles comportant plus de 700 sièges.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec et analyses de l'ADISQ.

PART DES INDÉPENDANTS AU QUÉBEC DE 2002 À 2004*

Les produits qui peuvent être considérés comme québécois sur le plan artistique et industriel représentent environ 38 % des CD vendus de 2002 à 2004.

Pour être considéré comme industriel dans ce calcul, un produit ne doit comporter qu'une dimension industrielle parmi les suivantes : étiquette, distribution et gérance.

Si on considère qu'un produit est industriellement québécois seulement s'il combine trois dimensions industrielles québécoises, cette proportion diminue à 24,4 %.

* Observatoire de la Culture et des Communications, Stat en bref, #17, février 2006

FINANCEMENT

langue Variation	TOTAL		
	2004	2005	Variation
-22,9 %	1 167	1 131	-3,1 %
-2,9 %	148 873	144 035	-3,2 %
-6,5 %	127 798	121 351	-5,0 %
16,0 %	21 075	22 684	7,6 %
19,6 %	14,2	15,7	10,6 %
25,6 %	128	127	-0,8 %
-7,1 %	218 540	213 024	-2,5 %
4,5 %	68,1	67,6	-0,7 %
0,5 %	58,5	57	-2,6 %
-21,9 %	187	191	2,1 %
-20,3 %	2 053 636	2 083 309	1,4 %
-17,8 %	13,79	14,46	4,9 %
-14,7 %	16,07	17,17	6,8 %
3,4 %	1 760	1 842	4,7 %
-52,4 %	876	856	-2,3 %
-65,8 %	283 669	296 330	4,5 %
-50,8 %	241 235	261 671	8,5 %
-87,5 %	42 434	34 659	-18,3 %
-63,4 %	15	11,7	-22,0 %
-28,2 %	324	346	6,8 %
-53,6 %	415 394	422 142	1,6 %
-26,4 %	68,3	70,2	2,8 %
5,9 %	58,1	62	6,7 %
6,7 %	104	114	9,6 %
-64,5 %	5 970 656	6 000 438	0,5 %
3,8 %	21,05	20,25	-3,8 %
-27,9 %	24,75	22,93	-7,4 %
-25,5 %	6 816	7 010	2,8 %
-7,3 %	1 302	1 484	14,0 %
27,7 %	1 538 585	1 693 810	10,1 %
34,7 %	1 350 656	1 508 943	11,7 %
2,5 %	187 929	184 867	-1,6 %
-19,5 %	12,2	10,9	-10,7 %
37,8 %	1 182	1 141	-3,5 %
80,3 %	2 011 047	2 381 568	18,4 %
-29,1 %	76,5	71,1	-7,1 %
-25,4 %	67,2	63,4	-5,7 %
-19,0 %	116	127	9,5 %
170,4 %	53 962 124	58 159 728	7,8 %
111,7 %	35,07	34,34	-2,1 %
100,8 %	39,95	38,54	-3,5 %
191,8 %	41 446	39 191	-5,4 %

comité sur lequel siègent, entre autres, les présidents des sept comités consultatifs, dont Solange Drouin, de l'ADISQ, qui préside le comité consultatif du disque et des arts de la scène. Ces sept comités consultatifs ont pour fonction de formuler les attentes et les besoins des différents milieux culturels qu'ils représentent.

Le secteur du disque et des arts de la scène a, dès la première année, été identifié comme prioritaire par le comité de direction. Depuis, le comité consultatif représentant ce secteur s'est réuni à plusieurs reprises et ses travaux ont donné lieu, notamment, à une enquête sur la fréquentation des arts de la scène, dont les premiers résultats ont été publiés l'année dernière. Cette enquête s'affirme déjà comme un outil d'analyse indispensable pour notre secteur. Elle permet notamment d'obtenir, pour chaque trimestre, des statistiques complètes et récentes sur le marché du spectacle au Québec, à partir de données recueillies auprès des diffuseurs de spectacles, des locateurs de salles et de certains producteurs. Nous fournissons ci-contre et dans les pages précédentes un aperçu à jour de ces statistiques. Des données plus détaillées portant sur la période allant de septembre 2003 à décembre 2005 sont disponibles gratuitement sur le site Internet de l'Observatoire. À noter que, en ce qui a trait plus spécifiquement au disque, l'Observatoire a publié, en février 2006, des statistiques sur la vente de disques au Québec pour les années 2002 à 2004. Ces données ont permis de connaître le nombre total de disques vendus annuellement au Québec, ainsi que la part de ces ventes revenant aux artistes et entreprises québécoises. Ces statistiques continueront d'être produites au cours des prochaines années, à partir de données achetées à la firme Soundscan, qui recueille son information auprès des détaillants de disques. De plus, différentes statistiques sur les ventes de disques au Québec seront dorénavant disponibles et mises à jour plusieurs fois au cours de l'année.

Ottawa

État des lieux

Au niveau fédéral, l'industrie québécoise de la musique dispose aujourd'hui d'un financement en provenance du Fonds de la musique du Canada (FMC), fonds qui est divisé en différents volets, notamment un volet consacré aux nouvelles œuvres musicales, et qui est géré par Musicaction. Organisme créé en 1985 à l'initiative des radiodiffuseurs et disposant d'un budget provenant du gouvernement fédéral (en majeure partie) et des contributions des radiodiffuseurs, Musicaction est, en quelque sorte, un organisme du milieu, géré par le milieu. Il a acquis avec les années un haut niveau d'efficacité et sait faire preuve de souplesse et d'une grande capacité d'adaptation face aux multiples changements qui caractérisent l'industrie.

Le FMC comporte en outre un programme dédié aux entrepreneurs de la musique, dont la première phase (dite «PEM») a été mise en place en 2001 et était dotée d'un budget de 23 millions \$ sur trois ans, sous la gestion de Téléfilm Canada. Ce programme, qui arrivait à échéance le 31 mars 2005, visait la structuration du volet industriel du secteur canadien de l'enregistrement sonore. Il a été remplacé, le 19 septembre 2005, par le «VEM» (pour : volet des entrepreneurs musicaux), doté d'un budget de 10 millions \$. Bien que les sommes allouées demeurent en deçà des besoins, cette initiative axée sur l'entreprise de musique témoigne éloquentement d'une évolution dans la structure de financement de la musique au Canada.

En 1986, quelques années après la création de l'ADISQ, l'aide fédérale au secteur musical se limitait essentiellement au Programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore (PADES), créé cette année-là dans le cadre d'une politique plus générale «d'encouragement au développement et au renforcement des industries culturelles canadiennes». De 1996 à 1997, l'ADISQ s'est efforcée de contribuer à l'amélioration de cette structure de financement, en participant aux travaux du Groupe de travail sur l'avenir de l'industrie canadienne de la musique. On doit à ces représentations non seulement le fait que le PADES ait atteint un niveau de financement de 10 millions \$, mais aussi l'existence de mesures concrètes d'aide à la mise en marché nationale et internationale de disques d'artistes canadiens, produits par des producteurs canadiens. Depuis 1998, l'ADISQ, en conjonction avec CIRPA, plaide en faveur de

l'instauration d'une Politique canadienne de la musique qui viendrait articuler l'ensemble des efforts du gouvernement fédéral en matière d'aide à la musique et au spectacle d'ici. Ces démarches ont mené à l'adoption par le gouvernement du Canada, en 2002, de sa Politique canadienne de l'enregistrement sonore, qui prévoit notamment l'existence du FMC, composé de huit programmes distincts.

La mise en place du Fonds de la musique du Canada a procuré à un ensemble d'intervenants du secteur musical canadien – non aux seuls producteurs – un financement additionnel de plus de 51 millions \$, sur une période de trois années (2001-2004). La première injection d'une somme additionnelle de 28 millions \$, en mai 2001, était dirigée vers sept des volets du fonds, et le gouvernement fédéral annonçait quelques mois plus tard une injection supplémentaire de 23 millions \$ dans le nouveau programme des entrepreneurs de la musique (PEM), soit le huitième volet du Fonds, qui vise la structuration du volet industriel du secteur canadien de l'enregistrement sonore.

L'échéance de sept des programmes du Fonds de la musique du Canada était fixée au 31 mars 2004, sauf pour le PEM qui avait été annoncé jusqu'au 31 mars 2005. Le ministère du Patrimoine canadien a annoncé en décembre 2003 la reconduction des sept programmes (incluant Musicaction) pour l'année financière 2004-2005, avec les mêmes montants que ceux accordés pour l'année financière 2003-2004. De plus, en 2005, le gouvernement fédéral a renouvelé pour cinq années supplémentaires le Fonds de la musique du Canada, dont le nouveau volet des entrepreneurs musicaux (VEM), permettant ainsi à l'ensemble du milieu canadien de la musique de bénéficier d'une aide financière de près de 30 millions \$ par année pour les cinq prochaines années (incluant l'exercice 2005-2006).

Enfin, signalons qu'une autre forme de financement est également disponible à l'industrie par l'entremise de la politique d'un organisme public fédéral, le CRTC. Il s'agit du Fonds RadioStar, mis sur pied en 2001 en vertu de la Politique de 1998 sur la radio commerciale, énoncée par le CRTC.

Cette politique, adoptée en 1998, prévoit en effet, lors de toute transaction d'acquisition ou de fusion mettant en scène des entreprises canadiennes de radio, la perception auprès de ces dernières d'une somme équivalant à 6% de la valeur de la transaction, à titre d'avantages tangibles. La moitié de ce 6% est dédiée à un fonds de commercialisation et de promotion de la musique canadienne : le Fonds RadioStar. La gestion du Fonds, qui compte quatre représentants de l'ADISQ à son conseil d'administration, a été confiée à Musicaction, dont l'expertise en gestion de programmes d'aide financière au secteur de l'enregistrement sonore est reconnue.

2005-2006

CONSOLIDER LES ACQUIS

Malgré une nette amélioration par rapport au financement dont a bénéficié le secteur dans le passé, l'aide à l'enregistrement sonore demeure néanmoins très en deçà de la demande formulée par l'ADISQ et CIRPA dans leurs représentations initiales. Ces demandes, en effet, prévoyaient un soutien de 250 millions \$ répartis sur cinq ans à compter de l'année 2000-2001. En outre, les programmes actuels ne comprennent toujours aucun soutien au spectacle ni à la gérance et à la distribution, alors que, par ailleurs, une aide supplémentaire additionnelle est toujours absolument nécessaire pour les producteurs et les maisons de disques. Il demeure donc que, malgré le soutien financier actuel, la capacité de l'industrie québécoise du disque et du spectacle à concurrencer les productions internationales sur son propre marché demeure extrêmement limitée. C'est pourquoi il est nécessaire de maintenir l'aide actuelle à un niveau élevé et de bonifier l'intervention de l'état dans ce domaine, de façon à continuer d'offrir une diversité de choix à tous les amateurs de musique, dans toutes les régions du pays. C'est dans cette optique que l'ADISQ a poursuivi, au cours de la dernière année, ses démarches en vue d'obtenir une assurance de récurrence et, le cas échéant, de bonification des aides financières du Fonds de la musique du Canada.

Plus précisément, l'ADISQ continue de considérer comme essentiel que le gouvernement se penche à plus long terme sur la pérennisation des programmes du Fonds de la musique du Canada. En outre, nous continuons d'estimer qu'une bonification devra y être apportée au fil des ans, car un soutien permanent aux différents volets du Fonds de la musique du Canada est primordial à la poursuite de la mise en place de tous les volets de la Politique canadienne de la musique et aux besoins sans cesse croissants de l'ensemble des acteurs qui œuvrent dans le secteur de la musique.

En attendant, l'ADISQ apporte sa contribution à la mise en œuvre des derniers changements apportés aux différents programmes du Fonds de la musique qui touchent les producteurs. Depuis février 2005, à la suite de l'annonce du renouvellement du Fonds de la musique du Canada, le Comité de financement fédéral de l'ADISQ s'est réuni à de multiples reprises afin d'établir, en collaboration avec CIRPA et le ministère du Patrimoine canadien, les principes directeurs du VEM – doté d'un budget annuel initial de 10 millions \$ – et d'en prévoir les effets sur certains programmes existants, dont celui des Nouvelles œuvres musicales, qui relève de Musicaction et de Factor.

Après maintes discussions et de longues négociations, toutes les parties se sont entendues sur les principes directeurs du VEM, et celui-ci a pu être lancé officiellement, par le ministère, le 19 septembre 2005.

Le VEM, rappelons-le, est le volet du Fonds de la musique du Canada qui vise à permettre aux entrepreneurs canadiens de la musique que l'on peut qualifier d'établis d'atteindre plusieurs objectifs : offrir une gamme diversifiée de choix musicaux qui iront enrichir l'expérience musicale canadienne à long terme ; devenir plus compétitifs sur la scène nationale et internationale ; et se tailler une place de premier plan dans une économie mondiale numérisée. Alors que Téléfilm administrait le programme antérieur – le PEM –, c'est désormais le ministère du Patrimoine canadien qui administre le VEM.

Le VEM alloue une aide financière annuelle aux entreprises canadiennes d'enregistrement sonores admissibles. Il s'agit d'une formule de financement fondée sur les ventes du demandeur pour une période de référence prédéterminée. Ce financement vise à soutenir la production et la promotion d'enregistrements sonores canadiens.

Même si la mise en place du VEM ne répond que partiellement aux besoins exprimés par l'ADISQ auprès du gouvernement fédéral au cours des dernières années, sa mise en place représente un jalon important du développement de la structure industrielle de notre secteur, tel que le défend l'ADISQ depuis des années.

C'est pourquoi l'ADISQ et CIRPA, en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, reprendront leurs travaux au début de juin 2006 en vue de réviser, si besoin est, les principes directeurs du VEM pour les prochaines années financières.

Musicaction

La mise en place du VEM a eu des répercussions importantes sur les clientèles habituellement desservies par Musicaction, car les entreprises admissibles au VEM ne seront plus admissibles, désormais, au programme des nouvelles œuvres musicales administré par FACTOR/ Musicaction.

Il est évidemment trop tôt pour tirer des conclusions quant à l'impact du VEM à cet égard. On peut cependant prévoir que la concentration du VEM sur l'échelon supérieur de notre modèle industriel qui est constitué d'entreprises établies permettra à Musicaction de jouer encore plus pleinement son rôle concertant auprès des deux autres échelons (entreprises intermédiaires et de la relève). Avec la mise en place du Volet des entrepreneurs (VEM), le système actuel, en effet, permettra de soutenir de façon différenciée chacun des échelons de la structure industrielle et de contribuer encore davantage à l'objectif fondamental, qui est d'aider l'industrie de la musique à jouer un rôle-clé dans la production et la mise en marché de contenu canadien. En effet, le noyau dur d'entreprises solidement établies recevra la part la plus importante de son soutien du VEM, entièrement financé par

les pouvoirs publics; alors que les deux autres niveaux industriels seront soutenus, pour l'essentiel, à même les fonds gérés par Musicaction. Les trois niveaux continueront de disposer, par ailleurs, d'un accès aux fonds complémentaires de RadioStar (pour des précisions sur le Fonds RadioStar, voir plus loin).

Ce jalon étant maintenant posé, l'ADISQ a travaillé activement, au cours de la dernière année, à la révision des programmes de Musicaction, ceux-ci devant dorénavant mieux soutenir financièrement les entreprises qui y demeureront admissibles. Ce soutien, estimons-nous, devra être fonction des priorités énoncées en 2005 par le conseil d'administration de l'ADISQ, priorités qui visent à ce que les sommes supplémentaires qui seront dégagées par Musicaction par suite de la mise en place du VEM soient utilisées dans un double objectif: d'une part, mieux soutenir financièrement les secteurs du disque (pour les entreprises qui ne seront pas admissibles au VEM) et du spectacle; et, d'autre part, mieux soutenir financièrement le secteur de la gérance d'artiste.

Après de longues discussions et d'intenses négociations avec toutes les parties concernées, le nouveau programme de Musicaction a été établi en complémentarité avec le VEM.

L'ADISQ estime que l'évolution en cours du modèle de financement actuel, avec un VEM qui priorise les entreprises établies, une Musicaction qui se concentre sur les entreprises de taille intermédiaire et de la relève et un Fonds RadioStar qui offre une aide complémentaire à l'ensemble du secteur pour la valorisation de la relève, recèle tous les ingrédients nécessaires au développement, sur une base continue, de contenu musical nouveau et diversifié. Mieux: cette évolution du modèle actuel permet un ciblage plus précis des efforts et des investissements, et permet à ses bailleurs de fonds d'espérer un rendement supérieur sur leur investissement, en termes de diversité et de qualité. Ne manque, évidemment, que les fonds en quantité suffisante, ce dont l'industrie de l'enregistrement sonore a un besoin criant, non seulement pour pallier sa faiblesse concurrentielle chronique mais aussi pour continuer à jouer son rôle-clé dans le développement des talents de nos artistes.

Le Fonds RadioStar

En 2005-2006, l'ADISQ a participé, comme à chaque année, à la révision des programmes du Fonds RadioStar. Cette révision est un processus nécessaire et elle a été réalisée par un comité de travail composé notamment de représentants de l'ADISQ au conseil d'administration du Fonds RadioStar. Les principaux changements proposés au terme des travaux de ce comité, et qui ont ensuite été entérinés par le conseil d'administration du Fonds, gravitent autour des points suivants.

Comédies musicales

Les projets de comédies musicales sont réadmis selon les règles actuelles du programme, dans la mesure où il y a une participation significative d'artistes de la relève. Cette mesure sera revue pour 2006-2007 en fonction des fonds disponibles.

DVD et production d'images

Les dépenses liées à la production d'images sont désormais admissibles avec les limites suivantes :

- au chapitre de l'investissement significatif, le montant maximum pouvant être utilisé pour la production d'images (vidéoclip et DVD) est fixé à 35 000 \$.
- au chapitre de l'aide financière, un montant maximum de 25 000 \$ pourra être utilisé en production d'images (vidéoclip, DVD, Internet, pub télé, etc.). Cependant, une limite de 20 000 \$ est fixée pour une première phase de commercialisation.

Investissement significatif

Une mesure transitoire, s'appliquant pour la dernière date de tombée de l'année 2005-2006, soit le 11 mai 2006, est mise en place, qui prévoit une formule visant à déterminer l'investissement significatif d'un demandeur admissible au Volet des entrepreneurs de la musique (VEM).

Au moment où ces lignes sont écrites, un processus de consultation est en cours afin que le comité de révision des programmes puisse soumettre des modifications aux critères d'admissibilité du Fonds pour la prochaine année financière, qui s'étend du 1^{er} septembre 2006 au 31 août 2007.

Municipal

État des lieux

Dès le début des années 2000, l'ADISQ a été amenée à s'interroger sur l'impact que les réorganisations municipales alors en cours pourraient avoir sur le soutien financier accordé au secteur culturel et, plus particulièrement, sur le rôle que devraient jouer les nouvelles villes centres dans le domaine des industries culturelles. Un comité de travail de l'ADISQ, composé de représentants du milieu du spectacle, s'est ainsi réuni à plusieurs reprises, au printemps 2001, pour définir les différents axes d'intervention devant être mis de l'avant par l'ADISQ dans son travail au plan municipal. Le principal axe d'intervention identifié a été l'aménagement et le développement d'un « Quartier des spectacles ».

Une étude de préfaisabilité d'un Quartier des spectacles a été réalisée en novembre 2001 afin de bien documenter cet axe d'intervention, dont les cinq grands objectifs sont: 1) le développement de l'industrie du spectacle; 2) le développement touristique; 3) le développement commercial; 4) le développement immobilier et urbain; 5) le rayonnement international. L'étude préliminaire de ce projet visait l'élaboration d'un projet d'aménagement et de développement d'un Quartier des spectacles à partir des concentrations existantes de salles de spectacles, situées dans l'est du centre-ville. En effet, le centre-ville est de Montréal regroupe près de 30 salles de spectacles consacrées à la musique, à la chanson, à la danse, au théâtre ou à l'humour. Ces salles se retrouvent principalement rue Sainte-Catherine, entre City Councillors et de Bullion, boulevard Saint-Laurent, entre René-Lévesque et Sherbrooke, et rue Saint-Denis, entre Ontario et René-Lévesque. Ce secteur totalise plus de 28 000 places de spectacles.

Le projet du « Quartier des spectacles » mis de l'avant par l'ADISQ, et qui rassemble l'ensemble du secteur des arts de la scène, vise donc, à partir de ces concentrations de salles de spectacles, à relier, par des opérations d'aménagement des espaces publics, de développement immobilier, d'intégration urbaine et de promotion, les deux grands actifs existants que sont les salles de spectacles et les principales destinations touristiques de Montréal, afin d'en accroître le potentiel d'activité et les bénéfices.

Le territoire du Quartier des spectacles couvre la rue Sainte-Catherine, entre City Councillors et Saint-Denis; la rue Saint-Denis, de la rue Ontario au Vieux-Montréal; le boulevard Saint-Laurent, de la rue Sherbrooke au Vieux-Port; la rue de Bleury, de la rue Mayor au Palais des congrès.

L'aménagement du Quartier, qui accueille les plus anciennes salles de spectacles de Montréal, serait orienté sur la continuité historique et la mise en valeur du patrimoine, sur le renforcement de la vocation spectacle, sur l'extension du centre-ville vers l'est par la revitalisation économique et immobilière du centre-ville est, sur l'intégration du Montréal touristique au Quartier des spectacles et sur l'animation, la sécurité et l'accessibilité à l'année longue. Des opérations touchant la chaussée, les trottoirs, l'éclairage public, les plantations, l'aménagement d'espaces publics, l'éclairage des édifices, la signalisation, le mobilier urbain et l'affichage seraient nécessaires.

À la suite de la réalisation de l'étude de préfaisabilité du Quartier des spectacles, l'ADISQ a mis en branle une intensive stratégie de lobby afin de convaincre les différents intervenants gouvernementaux et municipaux du bien-fondé de ce plan d'intervention dans le domaine municipal. À titre d'initiatrice de ce projet, l'ADISQ a également sensibilisé une multiplicité d'intervenants, tant des associations ou des regroupements d'affaires qui existent sur le territoire couvert par le projet que des représentants d'associations ou d'institutions œuvrant dans le secteur des arts de la scène. Afin de fédérer les efforts des multiples parties concernées, l'association a proposé qu'un organisme sans but lucratif, indépendant de l'ADISQ, soit constitué. C'est ainsi que l'OSBL chargé de réaliser le projet du Quartier des spectacles, le Partenariat du Quartier des spectacles, a été créé le 4 juin 2003 et que son conseil d'administration, de même que son comité exécutif ont été dûment constitués.

Le partenariat du Quartier des spectacles bénéficie du soutien financier de la Ville de Montréal, du ministère des Affaires municipales et des Régions et de Développement économique Canada, financement qui vise la mise en œuvre du projet du Quartier des spectacles à partir de la vision élaborée initialement.

2005-2006

UNE VISION QUI SE MATÉRIALISE

Le Quartier des spectacles est un projet moteur pour le développement culturel et économique du centre-ville de Montréal, et l'ADISQ y a donc consacré encore de nombreux efforts au cours de la dernière année. L'ADISQ souscrit plus que jamais à l'objectif du Partenariat du Quartier des spectacles, qui est de participer à la régénération du quartier visé, tout en améliorant la qualité de vie des résidents et en offrant des espaces de qualité aux créateurs, producteurs et diffuseurs. L'ADISQ souscrit également à la volonté du Partenariat de s'assurer que les projets privés et publics soient développés en harmonie avec la vision initiale qui a présidé au projet. L'ADISQ considère, elle aussi, que la consolidation de la chaîne culturelle allant de la création à la diffusion en salles de spectacles, associée à une meilleure cohabitation des activités, améliorera la qualité de vie et stimulera le développement économique.

Aujourd'hui, après trois ans de consultations, de réflexion et de planification, le Quartier des spectacles prend enfin son envol. C'est, en fait, au cours de l'année 2004-2005 qu'il a pris son élan, en se donnant les outils nécessaires à la mise en œuvre de son plan d'action, à commencer par l'embauche de personnel clé et l'élaboration d'un site Internet. Depuis, le Partenariat continue de peaufiner la vision d'ensemble du projet et de promouvoir le Quartier des spectacles comme destination culturelle de premier plan. En octobre 2005, le Partenariat a tenu une conférence de presse où il a présenté son plan d'action autour de trois principaux éléments.

- D'abord, l'identité visuelle du projet. Réalisé au cours de la dernière année, le concept visuel, développé par une firme internationale en collaboration avec une entreprise montréalaise, a été acceptée par le Partenariat, et celui-ci dispose désormais d'un ancrage visuel fort pour faire sa marque. L'équipe de conception a créé une nouvelle plateforme

identitaire, déclinable sur tous types de supports et qui prend assise sur l'élément structurant qu'est la rue Sainte-Catherine. En accrochant de grandes bannières de 6 pieds par 18 pieds arborant son logo sur les édifices de six des partenaires situés sur l'axe Sainte-Catherine, le Partenariat ancre donc son identité visuelle dans le Quartier des spectacles. Selon les mots du président du Partenariat, Charles Lapointe, «la nouvelle identité du Quartier des spectacles est un instrument essentiel pour la promotion de Montréal en tant que destination culturelle internationale». Ces grandes bannières permettent aux partenaires d'enraciner la présence du Partenariat dans le Quartier des spectacles, tout en diffusant une signature qui deviendra rapidement familière pour les Montréalais et les visiteurs du quartier.

- Ensuite, la mise en place, à l'automne 2005, du projet pilote sur l'affichage libre, un projet lancé à l'initiative de l'ADISQ et réalisé en coopération par le Partenariat et la table de concertation du Faubourg Saint-Laurent. Ce projet vise à permettre aux producteurs de spectacles et aux gestionnaires des différentes salles d'afficher leur programmation sur trois modules situés sur la rue Sainte-Catherine et ce, afin de contrer l'affichage sauvage sur le mobilier urbain.
- Enfin, le développement de «circuits découverte» en accès libre, un projet qui est en cours de réalisation.

Outre ces trois éléments, il faut ajouter que, d'ici à la fin juin 2006, le site Internet révisé du Partenariat offrira un calendrier des activités culturelles du Quartier des spectacles. De plus, le Partenariat est à réaliser son Plan lumière, qui vise à mettre en lumière de façon cohérente les salles de spectacles et les lieux de diffusion culturelle, à implanter l'identité visuelle du Quartier, à amorcer un projet pilote autour du «carrefour des mains» (intersection Sainte-Catherine et Saint-Laurent), et à proposer un plan global pour le domaine privé et public.

Le projet dispose actuellement d'un budget de réalisation de 500 000 \$, dont 450 000 \$ sont fournis par la Ville de Montréal et 50 000 \$ par le Partenariat lui-même, et devrait pouvoir livrer ses premiers éléments à temps pour cette grande manifestation sportive et culturelle que constitueront les Outgames mondiaux, à l'été 2006. Le Partenariat est en outre mandaté par la Ville pour maximiser une contribution additionnelle de la part, entre autres, des propriétaires d'immeubles et des compagnies d'éclairage. Par ailleurs, le Partenariat est responsable de l'élaboration, de la gestion, de la coordination, de l'administration, de la mise en œuvre et de l'évaluation du projet pilote. Le plan de mise en lumière comportera les éléments suivants :

- un éclairage scénographique et architectural de lieux et édifices ciblés au cœur du quartier des spectacles, incluant le TNM, le Métropolis, le Monument-National, la Société des arts technologiques et le Club Soda;
- une signature lumineuse du Quartier des spectacles;
- un document d'information et une enquête auprès de propriétaires et des occupants permettant d'évaluer la réception du projet et l'intérêt pour une phase ultérieure; et
- un rapport d'évaluation du projet pilote.

Quant à elle, l'ADISQ a l'intention, au cours de la prochaine année, de maintenir sa participation aux travaux du Partenariat, afin de s'assurer que les intérêts du milieu du spectacle de variétés et, plus largement, des arts de la scène, soient pris en compte tout au long des étapes de la réalisation du projet. Plus particulièrement, l'ADISQ veut s'assurer que les membres du conseil d'administration du Partenariat adoptent des pistes d'interventions qui contribueront à renforcer la vocation «spectacle» du Quartier, en augmentant le taux de fréquentation des salles de spectacles et en stimulant la production culturelle tant en quantité qu'en qualité. Entre autres initiatives, on pense ici à la mise en place d'un réseau d'affichage permanent qui constituerait dès lors l'un des caractères distinctifs du secteur. L'élaboration de ce réseau d'affichage doit être fait par un organisme découlant directement de la structure du Partenariat, pour permettre la diffusion de l'offre de spectacles dans le Quartier et ainsi valoriser la vocation spectacle de celui-ci.

Droits devant

État des lieux

En 1997, le Parlement canadien a adopté le projet de Loi C-32 qui venait modifier en profondeur la Loi sur le droit d'auteur, en y incorporant, notamment, deux régimes :

- le régime dit «de droits voisins», qui prévoit le versement de redevances aux producteurs d'enregistrements sonores et aux interprètes, en contrepartie de la diffusion de leurs disques, notamment à la radio; et
- le régime dit «de copie privée», qui prévoit le versement d'une redevance aux auteurs-compositeurs, interprètes et producteurs d'enregistrements sonores, en contrepartie de la copie pour usage privé de leurs œuvres, de leurs interprétations et de leurs enregistrements sonores sur support audio (cassettes, CD, etc.).

La valeur de la rétribution accordée par les deux régimes n'est pas fixée par la Loi. Elle est plutôt établie périodiquement par un tribunal administratif, la Commission du droit d'auteur. Pour représenter les ayants droit et défendre, devant la Commission, des propositions de tarifs, la SOPROQ et les autres sociétés canadiennes d'ayants droit ont mis sur pied deux sociétés parapluies: la Société canadienne de gestion des droits voisins (SCGDV) et la Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP). Une fois les tarifs établis par la Commission, les deux sociétés ont également pour mandat de percevoir des utilisateurs les redevances qui en découlent, et de distribuer ces redevances aux sociétés d'ayants droit, dont la SOPROQ.

2005-2006

DROITS VOISINS

Les redevances découlant du régime de droits voisins sont perçues depuis 1998. Les bénéficiaires en sont les producteurs d'enregistrements sonores, les artistes-interprètes et les musiciens canadiens ou ressortissants des pays signataires de la Convention de Rome comme la France, la Grande-Bretagne et le Japon, à l'exception des États-Unis. Les redevances sont réparties en parts égales entre les deux collèges de «producteurs» et «d'interprètes» et sont par la suite distribuées aux ayants droit.

À ce jour, les redevances provenant des radios commerciales pour les années 1998 à 2004 ont été entièrement distribuées aux producteurs québécois d'enregistrements sonores sociétaires de la SOPROQ. Cette dernière estime être en mesure de distribuer les redevances de l'année 2005 au cours de la prochaine année.

Au total, les redevances perçues des stations de radio commerciales pour l'ensemble des interprètes et producteurs canadiens, de 1998 à 2005, se chiffrent à 70 millions \$.

Par ailleurs, d'autres distributions de redevances sont à prévoir dans les années à venir, soit celles provenant de services sonores payants tels que Galaxie, celles provenant de la radio de la SRC et celles versées par les établissements diffusant de la musique d'ambiance tels que les restaurants, les bars, les bureaux, les magasins, les hôtels, les moyens de transport, et autres.

DROITS VOISINS

Tarifs en vigueur

[au 31 mars 2006]

- pour la plupart des stations de radio commerciales: 2,1% de leurs recettes publicitaires sur la portion de leurs recettes au-delà de 1,25 million \$
- pour les stations de radio commerciales dont la programmation musicale constitue moins de 20% de leur programmation totale: 0,75% de leurs recettes publicitaires sur la portion de leurs recettes au-delà de 1,25 million \$
- pour la Société Radio-Canada: redevance forfaitaire annuelle de 960 000 \$, établie pour tenir compte de l'absence de revenus publicitaires
- pour les services sonores payants telles les stations de radio par câble: 5,85% des paiements d'affiliation payables durant un mois, par une entreprise de distribution, pour la transmission d'un signal sonore payant à des fins privées ou domestiques.

Partage des redevances

Interprètes admissibles	50%
Producteurs de disques admissibles	50%

COPIE PRIVÉE

Alors que le régime de droits voisins prévoit la perception de redevances auprès de ceux qui diffusent de la musique, le régime sur la copie privée prévoit que des redevances soient perçues auprès des importateurs et des fabricants de supports vierges. Les bénéficiaires de ces redevances sont les producteurs d'enregistrements sonores, les artistes-interprètes et les auteurs-compositeurs. La répartition des redevances entre les ayants droit est établie en fonction des rapports de diffusion radio et des rapports de ventes d'albums au Canada tant en supports physiques que numériques. Toutefois, les ventes en ligne ne sont pas fournies par tous les services de musique en ligne existants, seules celles comptabilisées par SoundScan étant prises en compte.

COPIE PRIVÉE

Tarifs en vigueur

[au 31 mars 2006]

- Cassettes audio (d'une durée d'au moins 40 minutes): 29 ¢ l'unité
- CD-R et CD-RW: 21 ¢ l'unité
- CD-R Audio, CD-RW Audio et MiniDisc: 77 ¢ l'unité

Partage des redevances

Auteurs et éditeurs admissibles	66,0%
Interprètes admissibles	18,9%
Producteurs de disques admissibles	15,1%

Les redevances découlant du régime de copie privée pour les années 2000 à 2004 ont été entièrement distribuées aux producteurs d'enregistrements sonores sociétaires de la SOPROQ. Cette dernière estime être en mesure de distribuer les redevances de 2005 au cours de la prochaine année.

Les redevances perçues des fabricants et importateurs de supports vierges, pour l'ensemble des ayants droit (auteurs, compositeurs, interprètes et producteurs), de 2000 à 2005, se chiffrent à 145 millions \$.

DES ENJEUX COMPLEXES ET EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Il ne faudrait pas déduire de ces chiffres que la gestion des droits liés à la production musicale est, avec le temps, devenue une simple comptabilité routinière. L'année 2005-2006, tout au contraire, a été marquée par plusieurs débats touchant parfois les tarifs applicables aux différents droits et parfois la reconnaissance même de ces droits. De cette effervescence sont ressorties à la fois des prises de positions inquiétantes et de grandes batailles gagnées par les sociétés d'ayants droit, au bénéfice des producteurs. Nous résumons ici les principaux de ces enjeux.

Le tarif 1.A applicable aux radios commerciales: une bonne décision

La Commission du droit d'auteur a rendu, en 2005, une importante décision relativement au tarif auquel sont assujetties les radios commerciales en vertu du régime de droits voisins. Ce n'est que la deuxième décision de la Commission à cet égard, depuis l'incorporation du régime de droits voisins dans la législation canadienne sur le droit d'auteur, et elle vient établir de façon rétroactive, en date du 1^{er} janvier 2003, le tarif applicable aux radios commerciales pour les années 2003 à 2007.

Un premier tarif, établi par la Commission dans la foulée des changements législatifs de 1997, a été en vigueur de 1998 à 2002. Ce tarif fixait les obligations des radiodiffuseurs commerciaux à hauteur de 1,44% de leurs recettes publicitaires. En 2005, il est apparu à la Commission que ce tarif sous-évaluait la valeur réelle de la contribution de la musique à l'industrie de la radio, et elle a donc décidé de le porter à 2,1% des recettes publicitaires des entreprises de radiodiffusion.

Se basant sur une analyse détaillée de la preuve qui lui a été présentée, la Commission reconnaît donc à la musique une valeur supérieure à celle qu'elle lui a attribuée par le passé. Elle constate également que la radio commerciale utilise davantage la musique maintenant qu'elle ne le faisait auparavant, et qu'elle le fait de façon plus efficiente. Cela dit, la Commission, dans sa décision, tient compte de la capacité de payer des radiodiffuseurs et établit les redevances payables à la SCGDV (pour les producteurs et interprètes) en fonction de celles qui sont payables à la SOCAN (pour les auteurs).

DROITS

Dans l'ensemble, il s'agit donc là d'une excellente nouvelle pour les ayants droit. Cependant, il faut souligner que la disposition législative accordant une exemption significative aux radiodiffuseurs sur la première tranche de revenus publicitaires annuels est demeurée, elle, intouchée. Rappelons qu'en vertu de cette exemption, les stations de radio dont les recettes publicitaires annuelles excèdent 1,25 million \$ ne sont assujetties qu'à une redevance annuelle de 100 \$ pour leur premier 1,25 million \$ de recettes publicitaires; elles ne doivent payer le tarif déterminé par la Commission du droit d'auteur que pour la partie de leurs revenus au-delà de ce premier 1,25 million \$. En outre, les stations dont les revenus n'excèdent pas 1,25 million \$ ne sont soumises qu'à un montant forfaitaire annuel de 100 \$.

Comme le rappelle la Commission, c'est la Loi sur le droit d'auteur elle-même qui établit cette redevance fixe de 100 \$. Impuissante à la modifier, la Commission n'en dénonce pas moins, encore une fois, cette mesure d'exemption qui constitue, selon elle, une «subvention à peine voilée» au bénéfice des radiodiffuseurs.

L'association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a porté cette décision en appel devant la Cour fédérale d'appel, qui en disposera au cours de l'année 2006-2007.

Mémoire intégrée: un vide juridique qui demeure à combler

En 2004, la Cour fédérale d'appel a statué que la Commission du droit d'auteur ne possédait pas la compétence nécessaire à l'imposition de redevances sur la mémoire inamovible intégrée à des enregistreurs audionumériques, et a donc invalidé les redevances auparavant fixées par la Commission.

Ce recul a été contesté par la Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP), qui, dès janvier 2005, a annoncé son intention d'en appeler de la décision devant la Cour suprême. Malheureusement, la Cour suprême a refusé d'entendre cet appel, avec comme résultat que la SCPCP a dû cesser, depuis, de percevoir des redevances de copie privée sur les enregistreurs audionumériques.

Devant un tel vide juridique, la SCPCP interpellera le gouvernement fédéral afin que la Loi sur le droit d'auteur soit modifiée de manière à ce que la définition de «support audio», sur lequel une redevance de copie privée pourrait être applicable, en vienne à inclure clairement les enregistreurs audionumériques.

Services de musique en ligne: un processus inacceptable

Le 27 octobre 2005, l'ADISQ a informé la Commission du droit d'auteur de sa décision de se retirer du processus de détermination du tarif auquel seront assujettis les services de musique en ligne pour la reproduction des œuvres musicales.

Rappelons que la CMRRA/SODRAC («CSI») avait déposé devant la Commission du droit d'auteur, en 2004, un projet proposant qu'un service de musique en ligne verse, pour le mois de référence, le tarif suivant:

- pour un service par abonnement qui offre des transmissions sur demande et qui n'offre pas le téléchargement limité le montant le plus élevé entre 7,5% des revenus bruts provenant de son service et 0,75 \$ par abonné;
- pour un service par abonnement qui offre le téléchargement limité, peu importe que le service de musique en ligne offre aussi des transmissions sur demande le montant le plus élevé entre 10% des revenus bruts provenant de son service, à l'exclusion des sommes provenant de la fourniture d'accès à des téléchargements permanents, et 1,00 \$ par abonné;
- pour le téléchargement permanent le montant le plus élevé entre 15% des revenus bruts provenant des téléchargements permanents et 0,10 \$ par téléchargement permanent d'une seule œuvre musicale incorporée à un enregistrement sonore.

L'ADISQ avait demandé le statut d'intervenante dans ce dossier car elle était préoccupée tant par l'approche prise par CSI que par les conditions proposées dans le projet de tarif. À rebours de cette proposition, l'association recommandait que la licence prévue ne soit pas consentie aux services de musique en ligne, mais plutôt au producteur d'un enregistrement sonore sur lequel est légalement reproduite une œuvre musicale faisant partie du répertoire de CSI, ainsi qu'à toute maison de disque cessionnaire ou licenciée de ce producteur. Une telle licence aurait prévu que le producteur et la maison de disque auraient eux-mêmes la capacité d'«autoriser» tout service de musique en ligne à reproduire l'œuvre musicale incorporée sur cet enregistrement sonore, simultanément à la reproduction de cet enregistrement sonore, et ce, pour toutes les fins décrites au tarif homologué.

L'ADISQ proposait aussi de revoir le taux des redevances demandées, qui ne reflète pas la valeur économique des reproductions et autorisations décrites au projet de tarif et viendrait bousculer complètement, s'il était adopté, l'équilibre économique librement négocié dans l'industrie musicale. Cet équilibre est aussi précieux que fragile, puisqu'il réussit à concilier, d'une part, les intérêts des titulaires de droits d'auteur sur les œuvres musicales et, d'autre part, ceux des producteurs, maisons de disques et artistes-interprètes d'enregistrements musicaux comportant ces mêmes œuvres.

Si l'ADISQ a décidé, à regret, de se retirer du dossier, ce n'est en aucune façon parce que les raisons qui sous-tendaient sa demande d'intervention ont perdu de leur pertinence. Il demeure évident que les licences visant la reproduction mécanique d'œuvres musicales destinées à l'offre en ligne doivent être satisfaisantes non seulement pour CSI et les services de musique en ligne, mais aussi pour les producteurs des enregistrements sonores, producteurs sans lesquels ces œuvres musicales ne pourraient tout simplement pas être offertes en ligne.

Cependant, encore fallait-il que les paramètres selon lesquels l'ADISQ aurait pu exercer son droit d'intervention soient compatibles avec la réalité d'affaires vécue par ses membres dans leurs relations avec les autres parties en cause. Or, dans le cadre du processus de détermination de tarif, CSI a exigé des membres de l'association une somme de renseignements d'affaires – requêtes auxquelles la Commission a fait droit – dont la majorité exigeait pourtant la plus stricte confidentialité et ne pouvait donc pas être divulguée. Si de tels renseignements avaient été demandés dans le cadre d'une négociation directe entre l'ADISQ et CSI, cette dernière – et elle le sait très bien – n'aurait jamais été en droit d'en obtenir ne serait-ce qu'une infime fraction. Plus précisément, une grande partie des demandes auxquelles on a sommé les membres de l'ADISQ de répondre concernaient des données commerciales hautement stratégiques dont la divulgation aurait représenté un risque d'affaires injustifiable pour les entreprises concernées, en particulier dans le contexte de compétitivité extrême qui est celui de notre industrie.

Devant des conditions aussi contraignantes, l'ADISQ n'a eu d'autre choix que de se désister. Cela signifie, paradoxalement, que CSI et les services de musique en ligne débattent désormais entre elles, sans la participation des producteurs et maisons de disques indépendants du Québec, des conditions applicables à l'octroi de licences de reproduction mécanique des œuvres du répertoire de CSI – œuvres reproduites notamment sur les enregistrements sonores des membres de l'ADISQ!

L'ADISQ a néanmoins pris soin, au passage, de rappeler qu'aucune œuvre du répertoire de CSI reproduite sur un enregistrement sonore d'un membre de l'ADISQ ne pourra être exploitée en ligne sans l'autorisation du membre titulaire des droits de reproduction sur l'enregistrement sonore qui incorpore une œuvre du répertoire de CSI.

Droit de reproduction sur supports physiques : entente fort bienvenue

Toujours en matière de reproduction mécanique d'œuvres, mais cette fois sur supports physiques, l'ADISQ a conclu, en 2005, le renouvellement de son entente cadre avec la Sodrac.

L'ADISQ et la Sodrac ont en effet signé, le 21 septembre 2005, une nouvelle entente sur les droits de reproduction mécanique applicables aux maisons de disques membres de l'ADISQ. Cette entente, qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2006, viendra à échéance le 31 décembre 2008. Il est important de noter cependant qu'elle ne vise pas la reproduction d'œuvres aux fins de la production et de la commercialisation de DVD musicaux ou d'humour. Toutefois, l'ADISQ et la Sodrac ont entamé des discussions au cours de la dernière année afin de déterminer les redevances qui seront applicables à ce type de produit, et une entente entre les parties est à prévoir au cours de la prochaine année.

Vers une loi en phase avec la réalité numérique?

Le 24 mars 2005, David L. Emerson, alors ministre de l'Industrie, et Liza Frulla, alors ministre du Patrimoine canadien et ministre responsable de la Condition féminine, ont rendu publique, au nom du gouvernement du Canada, une déclaration faisant état des modifications qui seraient apportées à la Loi sur le droit d'auteur dans le cadre du projet de loi C-60.

Cette déclaration était l'aboutissement d'un long processus de consultation entamé en 2003. Rappelons, en effet, qu'avec l'entrée en vigueur du projet de Loi C-32, en 1997, la Loi sur le droit d'auteur avait subi une refonte majeure dont l'efficacité devait être évaluée dans les cinq ans, par le ministre, dans un rapport sur les dispositions et l'application de la Loi. C'est dans ce contexte que le gouvernement du Canada avait entrepris des consultations publiques, en juin 2001, pour ensuite déposer au Parlement, en octobre 2002, un rapport intitulé *Stimuler la culture et l'innovation: Rapport sur les dispositions et l'application de la Loi sur le droit d'auteur* (le «rapport prévu à l'article 92»). Par la suite, en octobre 2003, le gouvernement avait entrepris une vaste consultation qui avait marqué le coup d'envoi des travaux du Comité permanent du Patrimoine.

Invitée à participer à ce processus de consultation, l'ADISQ avait comparu devant le comité en 2003 et en 2004, ce qui lui avait permis de faire valoir ses préoccupations et ses recommandations. L'association avait notamment exprimé son insatisfaction devant l'exemption dont profitent les stations de radio commerciales au Canada en matière de redevances au titre de droits voisins. En matière de diffusion numérique, l'ADISQ avait aussi fait valoir la nécessité, pour les ayants droit, que le Canada mette en application les deux Traités de 1996 de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), signés par le Canada en 1997 mais non ratifiés par une loi. La mise en application de ces Traités permettrait notamment que soit incorporé à la Loi sur le droit d'auteur un droit exclusif dit «de mise à disposition du public», au bénéfice, entre autres, des producteurs. Un tel droit permettrait aux producteurs de contrôler de façon ordonnée l'exploitation de leurs enregistrements sonores sur Internet.

Le projet de loi C-60 a finalement été déposé à la Chambre des Communes pour une première lecture, en juin 2005, ce dont l'ADISQ s'est réjouie, puisque l'adoption de C-60 allait effectivement rendre la loi canadienne sur le droit d'auteur conforme aux exigences des Traités de l'OMPI, en prévoyant entre autres un droit exclusif de mise à disposition du public. Toutefois, l'ADISQ demeurait préoccupée par l'orientation prise par le gouvernement, dans ce projet de loi, pour répondre à certains autres défis posés par les technologies numériques.

Comme nous le savons maintenant, le projet de loi C-60 n'a finalement pu être adopté avant le déclenchement du scrutin fédéral qui a conduit à l'élection, en janvier 2006, d'un gouvernement conservateur. Si le projet de loi renaît au cours des prochains mois, l'ADISQ sera très vigilante et s'efforcera de s'assurer que les enjeux liés aux Traités de l'OMPI en fassent partie de la manière la plus efficace possible, notamment en ce qui a trait au droit exclusif de mise à disposition, au contournement des mesures de protection technique, à l'altération et à la suppression des renseignements sur la gestion des droits et, finalement, à la responsabilité des fournisseurs de services Internet. L'ADISQ demeurera également très active advenant une éventuelle consultation publique sur les enjeux liés à l'utilisation, à des fins éducatives, du matériel Internet accessible au public.

En outre, l'ADISQ continuera d'appuyer le régime de copie privée parce que, contrairement aux prétentions de la Canadian Recording Industry Association (CRIA), ni les dispositions de la Loi sur le droit d'auteur visant la redevance pour copie privée, ni la redevance elle-même ne sanctionnent le piratage en ligne. L'échange non autorisé de fichiers en poste-à-poste constitue manifestement une atteinte aux droits d'auteur. Le régime de la copie privée ne prête aucune légitimité à cette activité et n'entrave aucunement le procédé de recours en justice contre les parties qui s'adonnent à l'échange non autorisé de fichiers. Il n'accorde pas non plus aux personnes qui créent des copies le droit d'accéder illégalement à l'original d'un enregistrement.

Tout comme l'ensemble du milieu canadien de la musique à l'exception de CRIA, l'ADISQ croit fermement que le gouvernement canadien peut ratifier les Traités de l'OMPI et ce, sans avoir à apporter quelque modification que ce soit au régime de copie privée. Qui plus est, la quarantaine de nations ayant adopté un régime de copie privée ont également choisi de maintenir le régime, même après avoir entériné les Traités de l'OMPI.

Marchés aux puces: une victoire, et un exemple qui porte

Sur un tout autre front, l'ADISQ a gagné une belle victoire, au cours de la dernière année, dans sa bataille contre les revendeurs de CD contrefaits dans les marchés aux puces du Québec.

L'association a en effet obtenu de la Cour supérieure, le 2 août 2005, une ordonnance de type Anton Pillar, valable pour 10 jours et lui permettant d'effectuer des saisies de CD québécois copiés et vendus illégalement dans les marchés aux puces du Québec. Le 6 août 2005, les revendeurs de CD copiés du marché aux puces de St-Eustache ont ainsi vu leur marchandise saisie.

Comme il se doit dans le cadre d'un tel processus, l'ADISQ devait demander à la Cour une deuxième ordonnance, qu'elle a obtenue le 12 août 2005, lui permettant, *en tout temps pendant un an*, d'effectuer des saisies de CD québécois copiés et vendus illégalement dans les 350 marchés aux puces du Québec. L'ADISQ a également obtenu, comme elle le souhaitait, une injonction interlocutoire contre les quatre revendeurs du marché aux puces de St-Eustache dont la marchandise avait été saisie le 6 août. Le 8 novembre dernier, la Cour supérieure a condamné ces revendeurs à verser 120 000 \$ à titre de dommages aux producteurs de disques et 60 000 \$ à titre de dommages punitifs et exemplaires, plus tous les frais et dépens, pour un total de plus de 200 000 \$. L'ADISQ a dès lors entrepris des procédures d'exécution pour que le total des montants auxquels les revendeurs ont été condamnés soit entièrement payé.

Cette démarche avait pour but de dissuader les revendeurs et de démanteler les réseaux de distribution. Le marché de St-Eustache n'est que la première étape d'une série de plusieurs actions possibles. L'ADISQ continuera d'être vigilante tout au long de la saison 2006 dans les marchés aux puces du Québec, et elle n'hésitera pas à saisir et à poursuivre pour des montants aussi importants d'éventuels revendeurs qui n'auraient pas encore compris le message.

QUELQUES FAITS SUR LA COPIE ET LA VENTE ILLÉGALE DE CD MUSICAUX

- Au Québec, les revendeurs privilégient la copie des nouvelles sorties d'artistes à la mode. Leur prix moyen est de 4 \$ l'unité.
- Un CD sur trois vendus dans le monde, en 2004, était un disque pirate. La valeur des ventes de copies piratées a atteint 4,6 milliards \$ US cette année-là, un chiffre qui exclut cependant la valeur du téléchargement illégal sur Internet.
- Partout dans le monde, les copies pirates de disques sont de moins en moins faites par des usines de production à grande échelle mais plutôt à l'aide de brûleurs offrant des copies de meilleure qualité. Notons qu'aujourd'hui, un bon graveur de CD se vend à moins de 150 \$.
- Aux États-Unis, la saisie d'équipements servant à la copie de CD a doublé entre 2003 et 2004.
- Le Canada fait partie, avec la Bulgarie, la Corée et Taiwan, d'une liste de pays pour lesquels l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) exerce une surveillance spéciale, en raison de la nature particulière, sur leurs territoires, des problèmes de piratage physique et via Internet. Le Canada se retrouve sur cette liste notamment en raison du manque de surveillance et de contrôle des autorités douanières et policières canadiennes, ce qui aurait notamment pour conséquence un afflux important de CD piratés en provenance de l'étranger.

L'art de s'entendre

État des lieux

L'ensemble des intervenants du milieu québécois de la musique et des variétés est tenu par la loi de se soumettre à un processus de négociation collective qui vise à assurer aux artistes des conditions minimales de travail lorsque leurs services sont retenus par un producteur. Ce processus a été institué en 1987 par la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagements des artistes de la scène, du disque et du cinéma*, L.R.Q., c. S-32.1 (Loi).

L'ADISQ a donc l'obligation de négocier des ententes collectives avec des associations d'artistes reconnues en vertu de la Loi lorsque celles-ci en manifestent le désir. Au fil des ans, l'ADISQ a notamment conclu des ententes pour la production de disques, de vidéoclips et de spectacles et a répondu aux multiples questions de ses membres relativement à l'application et à l'interprétation de ces ententes. L'ADISQ a également favorisé le règlement de mésententes à la suite du dépôt de réclamations et de griefs.

Enfin, afin de représenter l'intérêt collectif de ses membres et dans un souci de préserver l'équilibre des métiers dans le milieu de la musique et des variétés au Québec, l'ADISQ intervient devant les tribunaux compétents et les instances gouvernementales pertinentes.

2005-2006

DES PARTENARIATS NOUVEAUX ET DES ENTENTES À RENOUVELER

Le couronnement d'une longue négociation

L'année 2005 a été marquée par la conclusion d'une première entente collective avec l'Union des artistes (UDA) pour la production de spectacles de musique et de variétés, incluant les revues musicales.

C'est après plus de sept ans de négociation que l'ADISQ et l'UDA ont finalement signé cette entente. Négociée en partie avec le concours du *Regroupement des producteurs multimédia* (RPM), celle-ci est entrée en vigueur le 28 août 2005. Elle remplace les *Règles de scène établies en 1981 par l'UDA et l'Association des directeurs de théâtre* (ADT), auxquelles avaient souscrit certains producteurs membres de l'ADISQ.

Rappelons que l'UDA et l'ADISQ avaient conjointement demandé, en 2003, la désignation d'un arbitre pour dénouer les impasses rencon-

trées au cours de leur négociation. En 2004, elles avaient toutefois demandé de suspendre cet arbitrage pour s'asseoir de nouveau à la table de négociation – une initiative qui a porté fruit. Au lendemain de cette entente, l'ADISQ et l'UDA se sont dites, à juste titre, très fières d'avoir réussi à sauvegarder les principes fondamentaux de leurs revendications respectives, par l'élaboration de solutions qui ont permis la mise en place de conditions minimales adaptées au marché du spectacle québécois. À titre d'exemple, les parties ont prévu des tarifs minimaux spécialement adaptés aux difficultés que rencontrent les producteurs lorsque les artistes partent en tournée dans les circuits de diffusion du Québec, notamment une clause facilitant le cumul des fonctions UDA et Guilde.

Guilde et ADISQ: fin d'une mésentente

Autre évolution positive, l'ADISQ et la Guilde des musiciens viennent de mettre fin, en 2006, à un conflit aussi long que coûteux, en concluant un règlement hors Cour.

Le dossier remonte à 1999, alors que l'ADISQ avait été forcée d'avoir recours à la justice en réaction à des moyens de pressions illégaux, abusifs et arbitraires de la Guilde des musiciens à l'endroit de membres de l'ADISQ, dont un important événement des arts de la scène. L'Honorable juge Perry Meyer de la Cour supérieure avait alors émis, à la requête de l'ADISQ et des organisateurs de l'événement, une ordonnance d'injonction provisoire enjoignant M. Émile Subirana et la Guilde de retirer le nom de l'événement d'une «liste des interdits» que la Guilde avait élaborée et publicisée auprès de ses membres; de ne pas tenter d'empêcher la tenue de répétitions et de spectacles dans le cadre de l'événement; et de n'entreprendre aucun moyen de pression à l'égard de quelconque producteur, membre de l'ADISQ, dont un spectacle allait être présenté dans le cadre de l'événement.

Dans son jugement, l'Honorable juge Meyer confirmait que la Loi stipule clairement qu'une partie ne peut déclencher une action concertée lorsque les parties sont en arbitrage d'une entente collective – ce qui était le cas à ce moment – ou qu'elles sont liées par une telle entente, et que les actions entreprises par la Guilde constituaient précisément le type d'action que le législateur avait voulu prévenir. L'Honorable juge avait également souligné que les moyens de pression employés par la Guilde avaient pour but de faire accepter la propre interprétation de la Guilde du mot «producteur» prévu à la Loi, et que si la Guilde considérait

avoir raison, c'était dans le processus d'arbitrage en vue d'une première entente collective que le débat devait avoir lieu – non par le truchement d'actions concertées en cours d'arbitrage et à l'encontre de la Loi. Le juge affirmait en outre que les moyens de pression illégaux utilisés alors par la Guilde étaient «carrément draconiens».

Même si cette injonction, dans les faits, a interdit à la Guilde et à ses dirigeants de continuer de s'attaquer de cette façon aux membres de l'ADISQ, l'association n'en a pas moins été forcée de dépenser énormément d'énergie et d'investir des ressources considérables simplement pour faire respecter la Loi. C'est pourquoi, à la suite du jugement, l'ADISQ et les organisateurs de l'événement en cause avaient entrepris des démarches pour que les procédures intentées contre la Guilde soient modifiées par l'ajout de conclusion en dommages-intérêts. La Guilde s'était alors opposée, par différentes requêtes, à cette modification, entraînant une nouvelle inflation des coûts. C'est à cette spirale infernale que les parties ont enfin mis fin en 2006, en concluant un règlement hors Cour mettant un terme à cette malheureuse saga judiciaire.

Autres ententes et discussions

L'ADISQ a également conclu avec l'Association des professionnels des arts de la scène (APASQ) une première entente de perception des cotisations syndicales dans le cadre de la négociation d'une première entente collective visant les concepteurs de décors, de costumes, d'éclairages et d'environnements sonores.

La situation est demeurée cependant plus stationnaire dans le domaine de la production de disques et de vidéoclips, où les ententes UDA-ADISQ et Guilde des musiciens-ADISQ, en vigueur depuis les années 1990, font l'objet de négociation pour leur renouvellement depuis quelques années déjà. Dans ces dossiers, l'ADISQ est en attente de réponses et de propositions tant de l'UDA que de la Guilde.

Enfin, il faut également souligner que l'ADISQ et la Guilde ont amorcé, cette année, des discussions en vue de négocier des conditions minimales pour la production audiovisuelle de nouveaux supports comme les DVD vidéo de musique ou de variétés et la production de *DualDiscs* (un support unique qui incorpore à la fois le CD et le DVD vidéo). Il est à prévoir que l'ADISQ entreprendra de telles négociations avec l'UDA en 2006-07.

RECONNAISSANCE D'ASSOCIATIONS D'ARTISTES ET D'ASSOCIATIONS DE PRODUCTEURS

Demandes de reconnaissance d'associations d'artistes et demandes d'interprétation de secteurs de négociation

L'ADISQ intervient dans des dossiers de demandes de reconnaissance d'associations d'artistes afin, notamment, de s'assurer que les personnes œuvrant aux fonctions visées par ces demandes soient des artistes au sens de la Loi. L'ADISQ effectue ces démarches puisque, ultimement, elle aura à négocier avec ces associations d'artistes des ententes collectives applicables aux producteurs membres de l'ADISQ.

Parmi les dossiers de demandes de reconnaissance d'associations d'artistes en cours dans lesquels l'ADISQ est intervenante, trois, en particulier, sont demeurées à l'ordre du jour en 2005-2006: celle de l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS); celle du Conseil du Québec de la Guilde canadienne des réalisateurs (CQGCR); et celle de l'Association des professionnels des arts de la scène au Québec (APASQ). Partiellement concurrentes, les deux premières concernent la représentation des assistants réalisateurs, cadres, monteurs, accessoiristes concepteurs, dessinateurs, prothésistes et autres dans le domaine de la production de documents ou d'œuvres audiovisuels. Quant à la troisième, elle concerne les concepteurs d'accessoires, de marionnettes, de maquillages et de coiffures, les régisseurs et les assistants metteurs en scène dans le domaine de la production de spectacles.

L'ADISQ est aussi intervenante dans trois demandes de reconnaissance d'associations d'artistes visant le domaine de production du multimédia. Il s'agit de celle de la Société des Auteurs de Radio, Télévision et Cinéma (SARTEC) pour représenter les auteurs de textes œuvrant en langue française; celle de la *Writers Guild of Canada* (WGC) pour représenter les auteurs de textes de langue autre que française; et celle de l'*Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists* (ACTRA) pour représenter les artistes exécutants dans le domaine de production du multimédia en langue anglaise. Le domaine de production du multimédia n'a été incorporé à la Loi que depuis deux ans. Comme il est susceptible d'avoir des applications dans les domaines du disque et du spectacle, notamment lors de la production de DVD vidéo de musique et de variétés, l'ADISQ est intervenue dans ces dossiers afin de s'assurer, notamment, que la Commission tiendra compte des pratiques des producteurs membres de l'ADISQ.

Requête en interprétation du secteur de négociation de la Guilde

En 2006, la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs a convoqué à nouveau les parties à un autre dossier de longue haleine, qui s'est entamé il y a trois ans, en mai 2003. La Guilde des musiciens du Québec avait alors déposé une requête visant à faire déclarer par la Commission que sa reconnaissance lui permettait de représenter non seulement le musicien instrumentiste, mais également le chef d'orchestre, l'arrangeur, l'orchestrateur, le copiste, le monteur musical, le conseiller musical, le musicothécaire et le contractant.

L'ADISQ est intervenue dans ce dossier afin de s'assurer que la portée intentionnelle de la reconnaissance de la Guilde soit respectée et qu'ainsi, seules des fonctions d'instrumentistes y soient assimilées. Dans sa requête, la Guilde a allégué principalement que la décision rendue par l'arbitre M^e André Matteau et tenant lieu d'entente collective Guilde-ADISQ visant la production de spectacles, avait créé de la confusion quant au secteur de négociation pour lequel la Guilde était reconnue. La Guilde avait alors demandé à l'arbitre Matteau de déclarer que la définition de musicien comprenait, en plus de la personne qui donne une prestation instrumentale, le «chef d'orchestre, le chef invité, l'arrangeur, l'orchestrateur, le contractant, le copiste et le musicothécaire. Or, après avoir analysé la reconnaissance de la Guilde, l'arbitre Matteau a jugé que cette reconnaissance ne visait que deux catégories de musiciens : celui qui pratique l'art de la musique instrumentale et celui qui chante en s'accompagnant d'un instrument de musique (pour la partie instrumentale de sa performance).

Six autres associations de producteurs des milieux du théâtre, du film et de la publicité sont intervenues auprès de la Commission dans ce même dossier, essentiellement pour soutenir, comme l'ADISQ, que la requête de la Guilde devant la Commission constituait une tentative déguisée d'en appeler de la décision de l'arbitre Matteau en sollicitant un avis juridique contraire. Cette tentative était d'autant plus surprenante qu'il n'existait aucune difficulté nécessitant l'intervention de ce tribunal. Après avoir entendu les représentations des procureurs de la Guilde et des différentes intervenantes, la Commission a rejeté la requête de la Guilde au motif que celle-ci, à sa face même, visait un élargissement de son secteur de négociation plutôt qu'une simple interprétation de celui-ci. En conséquence, la Commission a invité la Guilde à déposer une demande de

reconnaissance pour les fonctions de chef d'orchestre, arrangeur, orchestrateur, copiste, monteur musical, conseiller musical, musicothécaire et contractant.

La Guilde a plutôt répliqué en déposant à la Cour supérieure une requête en révision judiciaire de cette décision. En décembre 2004, l'ADISQ, l'Association des producteurs de théâtre privé (APTP), Théâtres Associés (TAI), l'Association des compagnies de théâtre (ACT), Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) et l'Association des producteurs conjoints (APC) ont fait des représentations devant la Cour en appui à la décision de la Commission. Malgré leurs représentations, la Cour supérieure a jugé que c'est à tort que la Commission avait rejeté la requête de la Guilde.

C'est donc dans ce contexte que les parties ont été à nouveau convoquées par la Commission pour que le dossier recommence devant un nouveau banc. La Commission sera ainsi appelée à analyser à nouveau le dossier.

Requête en interprétation de la Guilde pour représenter les artistes salariés : la Cour supérieure renverse la décision de la Commission

Le 27 mars 2006, l'Honorable juge Claude Larouche de la Cour supérieure a renversé une décision de la Commission en statuant qu'un musicien, engagé comme employé régulier de la cabane à sucre Chez Dany pour créer de la musique d'ambiance, n'était pas un artiste au sens de la Loi (sans préjudicier de la qualité artistique de ses prestations). Contrairement aux prétentions de la Guilde des musiciens, l'Honorable juge a déclaré que le musicien, à qui était versé un salaire avec les retenues usuelles, était un salarié au même titre que les autres salariés de l'établissement. Le juge a ainsi conclu, dans une cause qui fait exemple, que l'établissement n'était pas un producteur au sens de la Loi et que cet employeur n'avait pas l'obligation de négocier avec la Guilde.

Cette décision de la Cour a mis un terme, du moins temporairement, à une incertitude juridique créée il y a deux ans par une requête de la Guilde des musiciens. En 2004, en effet, à la requête de la Guilde, la Commission avait déclaré que la Loi s'appliquait non seulement aux artistes pigistes, mais également aux artistes salariés d'un établissement, à moins qu'ils ne soient syndiqués ou visés par un décret. Cette décision avait créé une véritable commotion dans le domaine culturel puisque la Loi, adoptée en 1987, a clairement établi un régime

de relations de travail particulier pour les artistes travailleurs autonomes des arts de la scène, du disque, du film et des annonces publicitaires. C'est pourquoi l'ADISQ, l'APC et l'APFTQ, entre autres intervenants, ont jugé nécessaire d'intervenir en Cour supérieure à l'encontre de la décision.

La cabane à sucre Chez Dany, l'ADISQ, l'APC et l'APFTQ se sont déclarées très satisfaites de ce que la Cour supérieure ait reconnu que la Loi ne s'appliquait pas aux artistes salariés qui, eux, bénéficient de l'application des lois du travail traditionnelles. Elles déplorent toutefois que la Guilde les ait contraintes à débattre d'une telle évidence devant les tribunaux. De plus, comme la Guilde a récemment décidé d'appeler du jugement de la Cour supérieure, il est à prévoir que l'ADISQ, l'APC et l'APFTQ devront malheureusement, en 2006 et 2007, continuer à en débattre.

Reconnaissance d'associations de producteurs

En 1997, l'ADISQ a déposé une demande de reconnaissance auprès de la Commission pour représenter:

«Tous les producteurs au sens de la Loi qui retiennent les services d'artistes au sens de la Loi, à l'exclusion des producteurs étrangers lorsqu'ils retiennent les services d'artistes étrangers, dans l'un ou l'autre des champs d'activités suivants:

1. Celui où l'activité unique ou principale est celle du disque et les autres modes d'enregistrement du son, incluant, notamment, le multimédia;
2. Celui du film (tel que défini dans la Loi) où l'activité unique ou principale est celle du genre variété télévisée, incluant, notamment, le multimédia;
3. Celui du film (tel que défini dans la Loi) où l'activité unique ou principale est celle du vidéoclip, incluant, notamment, le multimédia;
4. Celui où l'activité unique ou principale est celle de la musique à la scène, incluant, notamment, le multimédia, à l'exclusion des productions présentant uniquement de la musique classique (symphonique ou de chambre);
5. Celui où l'activité unique ou principale est celle des variétés à la scène, incluant, notamment, le multimédia.

Pour plus de précisions, aux fins de la présente, «producteur étranger» signifie un producteur n'ayant pas de place d'affaires au Québec et «artiste étranger» signifie un artiste non-résident du Québec.»

En parallèle, l'APFTQ a aussi déposé une demande visant le domaine du film. Conséquemment, un chevauchement des juridictions de l'ADISQ et de l'APFTQ se dessinait, chevauchement devenu problématique puisqu'une seule association de producteurs peut être reconnue pour un même champ. Bien que, historiquement, l'ADISQ et l'APFTQ ont négocié ensemble les ententes collectives avec les associations d'artistes pour les émissions de variétés télévisées, les parties ont alors précisé que la demande de l'APFTQ viserait la production de films et d'émissions de variétés, incluant la captation télévisuelle ou cinématographique de prestation à la scène, alors que celle de l'ADISQ viserait le vidéoclip.

Cependant, compte tenu de la venue, sur le marché du disque et du spectacle, de nouveaux supports comme le DVD vidéo de musique ou de variétés et le *DualDisc* (incorporant le CD et le DVD sur un même support), l'ADISQ a dû procéder, en 2005, à une actualisation du libellé à sa demande de reconnaissance. Les membres de l'ADISQ ont en effet souhaité que l'ADISQ conserve la faculté de négocier, avec les syndicats d'artistes, les conditions minimales applicables à la production d'œuvres audiovisuelles de leur secteur, peu importe leur support, au même titre que cela était nécessaire, il y a une dizaine d'années, pour la production de vidéoclips.

En conséquence, le libellé de la demande de reconnaissance de l'ADISQ se lit désormais comme suit:

«Tous les producteurs au sens de la Loi qui retiennent les services d'artistes au sens de la Loi, à l'exclusion des producteurs étrangers lorsqu'ils retiennent les services d'artistes étrangers, dans l'un ou l'autre des champs d'activités suivants:

1. Celui où l'activité unique ou principale est celle du disque et les autres modes d'enregistrement du son, incluant, notamment, le multimédia;

2. Celui du film (tel que défini dans la Loi) où l'activité unique ou principale est celle du vidéoclip incluant, notamment, le multimédia;
3. Celui où l'activité unique ou principale est celle de la musique à la scène incluant, notamment, le multimédia, à l'exclusion des productions présentant uniquement de la musique classique (symphonique ou de chambre);
4. Celui où l'activité unique ou principale est celle des variétés à la scène, incluant, notamment, le multimédia, à l'exclusion des arts du cirque à la scène.

Aux fins de la présente, on entend par

«disque et les autres modes d'enregistrement du son»: tous les enregistrements sonores ou sonores et visuels destinés au marché du disque quel qu'en soit le support incluant, notamment, le disque vinyle, la cassette, le CD (Compact Disc), le SACD (Super Audio Compact Disc), le DVDA (Digital Versatile Disc Audio), le DVDV (Digital Versatile Disc Video) et le DD (DualDisc). Ces enregistrements peuvent être vendus sans de tels supports sur des services de téléchargement en ligne.

«multimédia»: tous les contenus sonores, visuels ou sonores et visuels (musique, monologue, spectacle, vidéoclip, documentaire, fiction, entrevue, commentaire, biographie, jeu, texte, dessin, photographie, etc.), interactifs ou non, mis à contribution dans les champs décrits ci haut.

Pour plus de précisions, aux fins de la présente, «producteur étranger» signifie un producteur n'ayant pas de place d'affaires au Québec et «artiste étranger» signifie un artiste non-résident du Québec.»

L'ADISQ et l'APFTQ sont en discussion dans le but de trouver des solutions pragmatiques aux possibles chevauchements de leur juridiction respective, chevauchements occasionnés par les nouvelles pratiques dans le domaine de la musique et des variétés.

Du nouveau en santé et sécurité au travail

En juin 2004, la ministre de la Culture et des Communications, Madame Line Beauchamp, rendait public un plan d'action pour l'amélioration des conditions socioéconomiques des artistes. Intitulé *Pour mieux vivre de l'art*, ce plan comportait une douzaine de mesures touchant notamment la santé et la sécurité au travail.

L'une de ces mesures visait l'élaboration d'une stratégie de communication en vue d'assurer l'application de la réglementation de la CSST dans les entreprises du secteur culturel. Dans ce contexte, la CSST a préparé, en collaboration avec différentes associations d'artistes et de producteurs, dont l'ADISQ, un bulletin d'information que l'ADISQ a communiqué à ses membres. Ce bulletin précise dans quelles circonstances la CSST considère les producteurs (notamment de disques, de spectacles, de vidéoclips et de DVD) comme des employeurs au sens de la Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles et quelles sont alors certaines de leurs obligations.

À la suite de la communication de ce bulletin, la CSST a indiqué qu'elle entendait s'assurer que tous les producteurs du domaine culturel s'acquitteraient de leurs obligations à compter de l'année 2006. Pour faciliter la tâche de ses membres dans la gestion de ce dossier, l'ADISQ leur a offert une formation plus approfondie sur le sujet. De plus, l'ADISQ adhérera, en 2006-2007, au Centre patronal en santé et sécurité du travail, un organisme de formation regroupant plus de 90 associations d'employeurs, qui offrira notamment un service téléphonique aux membres de l'ADISQ.

Une industrie toujours mieux outillée

État des lieux

À l'hiver 2002, l'ADISQ a réalisé, avec l'aide du Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC), une étude qui a permis de mettre à jour les besoins des entreprises québécoises de production de disques et de spectacles en matière de professionnalisation et de gestion des ressources humaines.

Cette étude a permis de préciser clairement les besoins en formation des professionnels de l'industrie musicale. Dans le but d'accroître et de tenir à jour les compétences des ressources humaines du domaine, l'ADISQ, grâce à un soutien additionnel obtenu du CQRHC, d'Emploi-Québec et de Musicaction, a préparé, au cours des années 2003-2005, pas moins de treize activités de formation traitant des différents aspects juridiques qui encadrent les secteurs d'activités de l'industrie musicale, de marketing et de promotion, de relations de presse et de différents éléments relatifs à l'administration des entreprises du secteur de la musique.

2005-2006

MAINTENANT 13 ACTIVITÉS DE FORMATION

ACTIVITÉS DE FORMATION DÉVELOPPÉES DEPUIS 2003

- Les lois sur le statut de l'artiste et leur application dans le domaine du disque et du spectacle
- Les contrats d'artiste, de licence et de distribution
- Les contrats de gérance, d'édition, de coédition, de sous-édition, de production de spectacles, d'agent de spectacles et de diffusion d'un spectacle
- Informations générales sur les droits d'auteur et les droits voisins dans l'industrie musicale
- Les régimes et les sociétés de gestion collective du droit d'auteur et des droits voisins dans l'industrie musicale
- Le droit et l'Internet
- L'édition musicale
- Les obligations des producteurs de disques, de spectacles, de vidéoclips et de DVD en matière de sécurité au travail
- L'élaboration d'un plan d'affaires
- Le crédit d'impôt remboursable pour la production de spectacles
- Le crédit d'impôt remboursable pour la production de disques
- Le marketing culturel (secteur du disque et du spectacle québécois)
- Les relations de presse dans le secteur culturel (secteur du disque et du spectacle québécois)

Depuis son lancement, en septembre 2003, le Programme de formation continue de l'ADISQ a connu un vif succès, et le niveau de participation élevé des professionnels de notre industrie a démontré qu'il répondait à un besoin important. L'ADISQ en a donc poursuivi la mise en œuvre au cours l'année 2005-2006, en proposant différentes activités de formation à ses membres et, pour certaines sessions bien ciblées, à ceux de la SOPREF.

TROIS ANNÉES DE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Après trois années d'activité, le Programme de formation continue affiche un bilan fort positif, ainsi qu'en témoignent les chiffres suivants.

Le programme de développement professionnel en chiffres (2003-2005)

Sessions offertes	64	
Participants	743	
Travaillant au sein d'entreprises membres de l'ADISQ situées		
• sur le territoire de Montréal	496	66,7%
• hors du territoire de Montréal	247	33,3%
Travaillant au sein d'entreprises		
• assujetties à la Loi 90	176	23,7%
• non assujetties à la Loi 90	567	76,3%

Invités à se prononcer sur la qualité et l'utilité de la formation offerte, la grande majorité des participants se déclarent, année après année, très satisfaits. Ils soulignent aussi bien la compétence des formateurs que leur connaissance spécifique du secteur de la musique.

Il demeure évidemment difficile d'identifier avec précision les retombées immédiates des activités de formation pour les personnes qui y ont participé. Néanmoins, l'analyse des formulaires d'évaluation nous permet d'affirmer que ces activités ont permis à la majorité des participants d'accroître leurs connaissances et d'en acquérir de nouvelles, et que ces nouvelles compétences leur seront utiles dans le cadre de leur travail.

Les questionnaires d'évaluation nous ont également permis de constater que les participants souhaitaient participer à d'autres activités de formation qui leur seraient bénéfiques dans le cadre de leur travail. C'est pourquoi l'ADISQ entend poursuivre le déploiement de son Programme de formation continue au cours des prochaines années, et proposer de nouvelles activités de formation, notamment dans le secteur du marketing et de la promotion, de l'exportation et de la comptabilité.

De la musique à voir et à entendre

État des lieux

Les différentes réalisations de l'ADISQ dans le domaine de la promotion collective sont conçues afin de répondre à un objectif fondamental: accroître la visibilité des productions des membres de manière à favoriser l'augmentation des parts de marché, tant au plan national qu'international. Depuis ses débuts, l'ADISQ travaille quotidiennement au développement des activités de promotion collective. On se souviendra que l'ADISQ a vu le jour en 1978, afin de doter l'industrie d'une structure solide et crédible lui permettant d'organiser deux activités de promotion récurrentes, soit la participation collective au MIDEM et le Gala. Depuis, l'ADISQ n'a cessé de se développer, élargissant son rayon d'action à plusieurs autres sphères d'activité. Toutefois, la promotion collective est demeurée, au fil des ans, au cœur même de l'évolution de notre association. De nouvelles activités de promotion collective ont été mises sur pied, et ce secteur d'interventions de l'ADISQ continuera de se développer en mettant de l'avant de nouvelles avenues au cours des prochaines années.

2005-2006

LE 27^e GALA DE L'ADISQ

Le 27^e Gala de l'ADISQ a été présenté sur les ondes de la télévision de Radio-Canada le 30 octobre 2005, à 19h30, en direct du Théâtre St-Denis de Montréal.

Animée par Michel Rivard, qui effectuait un retour à la barre du Gala, qu'il avait animé en 1989 et 1990, cette édition a permis de mettre en lumière la nouveauté, la diversité et l'originalité des productions de la dernière année. Pour l'occasion, c'est Dany Bédar, Boom Desjardins, Dobacaracol, Angèle Dubeau et La Pietà, Pierre Lapointe, Loco Locass, Mes Aïeux et Marie-Chantal Toupin, avec près d'une cinquantaine de musiciens sur scène, qui se sont chargés d'éblouir les spectateurs en faisant étal de tous leurs talents.

Le Gala a rejoint plus de 978 000 téléspectateurs, avec une pointe à 1 226 000 à partir de 22 heures, selon les mesures de la firme BBM. En outre, pour une deuxième fois cette année, un montage de 90 minutes du Gala a été diffusé, en novembre, sur le réseau TV5 Monde, une initiative qui contribue à renforcer la notoriété de l'événement et de nos artistes à travers la francophonie.

Cette 27^e édition a été rendue possible par le travail de nombreux artisans et professionnels chevronnés dont, à la direction artistique, Pierre Boileau, à la réalisation, Jocelyn Barnabé, à la direction musicale, David Laflèche et à la production, Céline Laberge.



Une diversité sans cesse grandissante

Cette 27^e édition du Gala de l'ADISQ a mis en lumière, une fois de plus, toute l'évolution qu'a connue cet événement depuis ses débuts en 1978.

C'est que, depuis la mise sur pied du Gala de l'ADISQ tel qu'on le connaît, l'ADISQ n'a cessé de développer de nouvelles activités pour en maximiser la portée. Avec la coproduction d'émissions satellites comme *En route vers le Gala de l'ADISQ* – pour une neuvième fois – et des émissions de radio dédiées au Gala, celui-ci n'est plus, en fait, l'événement d'un seul soir. Il est plutôt devenu une semaine complète consacrée à toutes les musiques – et une incomparable opération de mise en valeur de la diversité de nos expressions culturelles, dont la soirée du Gala constitue le point culminant.

Certes, pour le milieu de la musique, le Gala de l'ADISQ est une locomotive promotionnelle désormais indispensable, qu'aucune entreprise ne pourrait s'offrir individuellement et dont le parcours se déploie sur plusieurs mois. Cet effort collectif, essentiel pour contrer un tant soit peu la promotion massive dont bénéficient les produits étrangers sur le marché québécois, génère un impact promotionnel durable pour l'ensemble de notre secteur. Les chiffres démontrent que la participation des artistes au Gala confirme leur notoriété et engendre, pour l'ensemble d'entre eux, des retombées promotionnelles percutantes.

Mais le Gala de l'ADISQ comporte aussi un autre objectif, qui consiste à offrir une vitrine à davantage d'artistes provenant de créneaux musicaux diversifiés, afin de les faire connaître à un plus large public. Cette année, cet objectif a été atteint plus que jamais, puisque pas moins d'une quinzaine d'artistes ont pu s'y produire devant de vastes auditoires télévisuels, et ce, sans même compter les artistes en nomination eux-mêmes, qui ont été présentés à de nouveaux publics non seulement pendant le Gala, mais aussi dans le cadre de toute une série d'événements précédant le Gala lui-même. Ces événements se sont déroulés durant la dernière semaine d'octobre, sous le thème la *Semaine de toutes les musiques*, avec le concours des deux chaînes de la radio de Radio-Canada, la Première chaîne et Espace musique.

Le Gala de l'industrie, en ondes pour la première fois

Cette année, le Gala de l'industrie a été présenté au Métropolis de Montréal devant plus de 700 personnes provenant des différents secteurs de l'industrie. C'était le 24 octobre, six jours avant le Gala télévisé.

Ce «gala avant le Gala» a été présenté en deux parties dont la première, animée par Daniel Boucher et Catherine Perrin, a été diffusée sur les ondes de ARTV sous le titre de *Autre Gala de l'ADISQ*. La remise de 16 trophées Félix artistiques habituellement effectuée hors d'ondes a donc pu être télédiffusée pour la toute première fois. Des performances musicales de Jim Corcoran, Fred Fortin et de Daniel Russo Garrido ont aussi été présentées.

Les 25 Félix industriels ont, par la suite, été remis par Pierre Verville et Christopher Hall qui ont assuré l'animation de la seconde partie de cette soirée, elle aussi ponctuée de numéros musicaux assurés, cette fois, par Dumas, Fred Fortin, Mara Tremblay et la participation spéciale de Daniel Thouin.

En route vers le Gala de l'ADISQ: déjà une neuvième édition

Pour une neuvième année, l'émission *En route vers le Gala de l'ADISQ* a été présentée à la Télévision de Radio-Canada. Diffusée la veille du Gala, à 21 heures, cette émission a permis au grand public de découvrir l'univers d'artistes dont la carrière est en pleine effervescence et qui se sont démarqués durant l'année. À cette fin, l'ADISQ avait développé un concept permettant de présenter des entrevues avec une douzaine d'artistes en nomination, entrevues ponctuées de prestations musicales de DJ Champion, Dumas, Fred Fortin et Mara Tremblay.

Mon Félix à moi, en grande première

Cette vaste opération que constitue le Gala de l'ADISQ comportait cette année une autre nouveauté, l'émission *Mon Félix à moi*, qui a été diffusée immédiatement après le Gala, sur les ondes de ARTV. Animée par Marie-Christine Trottier, cette émission diffusée en direct a présenté des entrevues avec les lauréats de la soirée et a permis aux téléspectateurs de voir les premières réactions de plusieurs des artistes récipiendaires. Une façon nouvelle et originale de sentir toute la frénésie de l'événement, en direct d'une salle de presse qui grouillait d'activités.

Une semaine entière en émissions spéciales

Il faut enfin souligner que, en plus des émissions de télévision liées au Gala, plusieurs émissions de radio couvrant aussi bien l'événement que les artistes en nomination ont été diffusées, du 24 au 30 octobre 2005, sur les ondes de la Première chaîne et d'Espace musique de Radio-Canada. Ces émissions, une fois de plus, ont été animées par quatre animateurs passionnés de musique : Sophie Durocher, Monique Giroux, Catherine Pogonat et Jacques Boulanger.

Les coulisses du Gala...

L'organisation d'un Gala de l'ADISQ nécessite la participation, échelonnée sur plusieurs mois, d'un grand nombre d'intervenants. En plus des équipes de production et de communication chevronnées, deux groupes de travail accomplissent des tâches importantes. Il s'agit l'équipe artistique et du comité de scrutin.

L'équipe artistique du Gala, composée de représentants du milieu, participe aux travaux menant aux choix des contenus du Gala télévisé. Le comité de scrutin, composé de membres de l'ADISQ, supervise toutes les étapes menant à l'adoption de la réglementation des Félix. Ce document, modifié annuellement, précise les modalités et les règles régissant l'attribution des Félix. Cette révision annuelle de la Réglementation vise à doter le Gala de l'ADISQ d'un ensemble de règles reflétant le plus fidèlement possible la réalité toujours en mouvance de notre industrie du disque et du spectacle. Toutes les propositions de modifications sont soumises à l'ensemble des membres de l'ADISQ au cours d'un processus démocratique qui se déroule chaque année, de février à juin.

Le comité de scrutin 2005 a effectué la classification des produits recensés, c'est-à-dire des 160 disques, 50 spectacles, 33 vidéoclips et 23 émissions de télévision. La supervision de tout le processus du scrutin était sous la responsabilité du cabinet d'experts-comptables Raymond Chabot Grant Thornton.

Il va sans dire que cette grande fête de la musique que nous permet de célébrer le Gala est aussi le résultat du travail d'équipe des artistes, des producteurs, des professionnels, des fournisseurs de services et des partenaires concernés. Le soir du Gala, c'est plus de 200 personnes qui se joignent à l'équipe de l'ADISQ pour la réalisation de cet objectif commun de promotion collective.

Une vitrine incomparable pour les artistes

Le Gala de l'ADISQ, c'est aussi une vitrine sans égale pendant plus d'un mois et demi pour les artistes et les entreprises en nomination.

Une campagne de plus de 1 000 000 \$ pour la promotion du vote populaire et du Gala de l'ADISQ

Grâce à la collaboration de ses partenaires médias, tant à la télévision qu'à la radio ou en imprimé, l'ADISQ a réalisé une imposante campagne publicitaire pour la promotion du vote populaire et du Gala.

Une promotion qui trouve aussi son écho en magasin

L'ADISQ a distribué le dépliant présentant *Les nominations de A à Z* directement aux acheteurs de musique, pendant un mois et demi, dans plus de 80 magasins de disques.

Un programme souvenir et un site Internet de l'événement

Le programme souvenir, une publication de luxe de plus de 130 pages, a mis en valeur tous les artistes et toutes les entreprises en nomination. La version web du programme était disponible dès l'annonce des nominations dans la section Gala du site Internet de l'ADISQ.

Le Gala de l'ADISQ est un événement qui, au cours des années, a acquis une grande crédibilité auprès du public, des intervenants de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, de même qu'auprès de ses partenaires privés et publics. Il constitue d'ailleurs toujours la vitrine collective qui génère le plus de retombées pour les membres de l'ADISQ.

C'est pourquoi on ne peut que se réjouir que la Semaine de toutes les musiques et le Gala de l'ADISQ aient été, encore une fois, une grande réussite. L'ADISQ salue tous les artisans et partenaires qui ont contribué à ce succès.

MIDEM CANNES 2006 : NOTRE MUSIQUE, POUR LE MONDE ENTIER

Dans un contexte de mondialisation des marchés, la participation des membres de l'ADISQ aux foires internationales est essentielle. C'est pourquoi, depuis sa création, l'ADISQ assume la responsabilité de l'organisation du stand collectif du Québec au MIDEM Cannes, sous la bannière «Musique du Québec».

Le MIDEM – pour Marché international de la musique – Cannes, qui en était cette année à sa 40^e édition, est sans contredit la plus importante foire en son genre à l'échelle internationale, et il demeure le rendez-vous privilégié des entreprises de l'industrie du disque du monde entier. Son édition 2006 a connu une participation remarquable en attirant plus de 2300 sociétés exposantes et près de 9800 visiteurs (une augmentation de 5% par rapport à 2005) provenant de plus de 4630 compagnies originaires de 93 pays.

Pour une 28^e année, l'ADISQ a coordonné la participation des entreprises québécoises du disque à cet événement incontournable. Cette année, 85 délégués représentant 43 entreprises formaient le groupe Musique du Québec, dont le stand fut l'un des plus visités parmi tous les stands collectifs en présence.

Soulignons la participation, cette année, du président de l'ADISQ, Yves-François Blanchet, à l'une des prestigieuses conférences offertes par l'événement. Sa présence, à titre de conférencier, au panel ayant pour thème la production indépendante, a permis à l'ADISQ et à l'ensemble de l'industrie québécoise de la musique de se positionner devant un auditoire

international comme un exemple à suivre, à juste titre, en matière de production indépendante. M. Blanchet a notamment insisté sur le caractère unique de notre marché, où les producteurs indépendants sont responsables de 95% des sorties d'albums d'artistes québécois, et sur le rôle de l'ADISQ en tant que regroupement de ces producteurs. Il a aussi pu faire état des outils que l'industrie canadienne a su développer pour faire face aux nombreux enjeux auxquels l'industrie mondiale de la musique est confrontée actuellement.



Encore une fois, l'ADISQ avait produit pour cette édition divers outils de promotion, dont le catalogue «Musique du Québec» qui constitue une publication de référence pour les participants du MIDEM. L'association a aussi offert sur place des services personnalisés, en plus d'assumer l'ensemble des tâches liées à l'aménagement du stand et d'effectuer les ententes avec l'organisation du MIDEM et les fournisseurs de services à l'étranger.

La présence du groupe «Musique du Québec» au MIDEM a aussi permis aux membres d'entamer, de poursuivre ou de conclure des ententes avec une foule de partenaires des quatre coins du monde, favorisant ainsi le développement de l'exportation de nos produits, et élargissant le rayonnement de notre musique dans d'autres marchés. La promotion de nos produits sur les marchés étrangers demeure un travail qui porte fruit à moyen et à long terme. Le volume d'affaires traitées par nos membres et les succès remportés au MIDEM, année après année, en témoignent éloquemment. C'est pourquoi la présence collective de nos entreprises et de l'ADISQ aux foires internationales constitue un soutien essentiel à l'exportation et au développement des marchés extérieurs – soutien que l'ADISQ entend bien continuer d'assurer.

QUAND ON AIME LA MUSIQUE POUR VRAI, LA COPIE NON MERCI



Quand on aime la musique pour vrai
LA COPIE, NON MERCI.

En 2005 et 2006, l'ADISQ a poursuivi le déploiement de sa campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci*, lancée au début de 2004. Conçue dans le but de sensibiliser le public à la valeur de la musique et aux effets

négatifs du téléchargement illégal, la campagne engendre des retombées appréciables pour les artistes québécois, tout en diffusant un message positif auprès du public.

Chaque année, la campagne s'articule autour de deux temps forts : la fête de la Saint-Valentin et le Gala de l'ADISQ.

Dans les deux cas, une opération de promotion vient soutenir la diffusion du message de sensibilisation.



Ainsi, dans la semaine suivant le Gala, des dizaines de milliers d'amateurs de musique québécoise ont reçu gracieusement la deuxième édition de la compilation *Merci pour la chanson*, à l'achat du disque d'un artiste québécois. Véritable vitrine de la relève musicale québécoise, *Merci pour la chanson, vol. 2* comprend une pièce de chacun des artistes mis en nomination au Gala de l'ADISQ et qui en étaient, cette année-là, à leur premier album. Outre cette mise en valeur de notre relève, ce cadeau promotionnel a aussi servi à véhiculer auprès d'un vaste public le message positif que l'ADISQ veut lui transmettre en matière de respect de la création musicale.

Quelques mois plus tard, l'opération St-Valentin 2006, elle, s'est déroulée sous le thème *Mille façons d'aimer, mille façons de chanter*. Comme par les années précédentes, le public s'est vu offrir une boîte-cadeau à l'achat d'un disque d'un artiste québécois – ce qui a positionné le disque comme un cadeau idéal et durable et a permis de véhiculer massivement le slogan *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci*.

Cette double campagne publicitaire et promotionnelle fait évidemment appel à plusieurs éléments. Si l'élément clé est une promotion chez les disquaires du Québec, il importe de souligner que celle-ci est appuyée par une campagne publicitaire télé, radio, imprimée et Internet, de même que par des relations de presse soutenues. En ce qui concerne le volet sensibilisation, il faut également souligner que la campagne comporte une importante opération publicitaire réalisée grâce au soutien de

nombreux partenaires médias. Pour ce faire, l'ADISQ a fait appel à la générosité des médias, appel qui a trouvé un large écho dans la majeure partie des médias québécois, tant radio et télé qu'imprimés.



Malgré le succès remporté par ces actions, la situation alarmante à laquelle toute l'industrie de la musique est confrontée depuis quelques années persiste toujours. C'est pourquoi l'ADISQ estime devoir, plus que jamais, continuer à sensibiliser le public québécois aux effets néfastes engendrés par le téléchargement illégal de musique, à la fois pour les artistes et pour toute l'industrie de la musique d'ici.

C'est donc dans cet esprit que l'ADISQ entend poursuivre la campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci*, au cours des prochaines années.

Des résultats plus que probants

Encore une fois, en 2005 et en 2006, les deux segments de la campagne ont été reçus de manière très enthousiaste aussi bien par le grand public que par l'industrie de la musique, les médias et les disquaires. Cet engouement se traduit d'ailleurs par des résultats commerciaux impressionnants. Lors de l'opération Saint-Valentin 2006, on a observé une augmentation des ventes de plus de 44 %, pour les titres du top 15 francophone québécois, par rapport à la même période en 2003, soit l'année précédant le lancement de la campagne.

Les résultats de l'opération *Merci pour la chanson*, déployée en marge du Gala de l'ADISQ 2005, sont encore plus remarquables. Pas moins de 75 000 consommateurs de musique se sont vu remettre la compilation *Merci pour la chanson, vol. 2* dans les jours suivant le Gala télévisé. Les ventes d'albums québécois pour la période visée par cette initiative, par rapport à la même période de l'année 2003, affichent une augmentation de 94 %, pour le top 50 francophone québécois. Mieux encore, les artistes regroupés sur cette compilation ont vu leurs propres ventes croître de 100 % pour cette même période. En fait, les effets à long terme de la campagne sont probablement encore plus positifs, puisque ces résultats ne tiennent pas compte des achats qu'auront effectués les consommateurs plus tard dans l'année, après avoir fait de nouvelles découvertes grâce au disque compilation.

En phase avec le milieu

État des lieux

Les efforts de communication de l'ADISQ ne sont pas seulement tournés vers le grand public: ils sont aussi tournés vers ses quelque 250 membres, auxquels l'association s'efforce de fournir une information complète et à jour sur les enjeux qui les confrontent, et vers l'ensemble des intervenants de l'industrie musicale.

2005-2006

LE PALMARÈS



LE Palmarès constitue un outil indispensable pour observer en continu l'évolution du monde québécois du disque et du spectacle. Outil de référence pour toute l'industrie du disque, de la radio et de la vente au détail, il est devenu, au fil des ans, une source d'information incontournable.

Publié chaque semaine, LE Palmarès contient, entre autres:

- les palmarès BDS (un système de compilation des rotations radio des stations des grands centres du Québec);
- les palmarès correspondants (un système de compilation des palmarès des stations en région);
- le palmarès de Soundscan (un système de compilation des ventes d'albums au Québec); et
- une chronique sur les faits saillants du milieu musical.

Les données sommaires du Palmarès sont publiées chaque semaine sur adisq.com. Les abonnés reçoivent la version complète de l'étude.

LA CERTIFICATION SPECTACLE

Créée en 1989, la certification spectacle constitue pour les producteurs de spectacles un outil de promotion spécifique à leur milieu. Pour un même titre de spectacle, le Billet argent certifie 25 000 billets vendus, le Billet or, 50 000 billets vendus et le Billet platine, 100 000 billets vendus.

L'AGENDADISQ

agendADISQ

L'Agendadisq est publié mensuellement par l'ADISQ afin d'appuyer ses membres dans la planification des conférences de presse, premières de spectacles et lancements d'albums, et leur permettre de les faire connaître aux médias. Cet outil de communication et de planification est toujours très apprécié et sa publication se poursuivra.

ADISQ.COM



Après une refonte complète en 2003, le site Internet de l'ADISQ a fait l'objet d'une nouvelle mise à niveau en 2005. Entre autres améliorations, le site permet désormais de retrouver rapidement certains documents et renseignements fréquemment demandés par les membres et les médias, notamment des formulaires, des copies des interventions publiques de l'association, des études et statistiques, et des copies des différentes ententes collectives signées par l'association. Avec ces ajouts, le site constitue plus que jamais une vitrine promotionnelle privilégiée pour l'ensemble des activités de l'ADISQ, un lien en temps réel pour les médias et une référence incontournable pour les membres. Il est en outre un instrument de promotion et de rayonnement des entreprises membres de l'ADISQ et des artistes qu'elles représentent.



LES RENCONTRES 2006

Encore une fois cette année, les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique ont attiré près de 500 personnes provenant des différents secteurs de l'industrie.

Sous le thème *Une industrie transfigurée par des enjeux de plus en plus complexes*, l'événement, qui s'est tenu au Marché Bonsecours de Montréal, invitait à une réflexion sur cette industrie, la nôtre, qui continue de se réinventer à vitesse accélérée, sous l'influence d'une multitude de forces commerciales, technologiques, culturelles, voire sociopolitiques.

La numérisation croissante, en effet, de toute la chaîne de production et de diffusion de la musique – de la création originale jusqu'à sa diffusion à l'amateur de musique – ouvre un nombre grandissant d'occasions d'affaires, que s'efforcent de saisir aussi bien les joueurs traditionnels du milieu qu'une kyrielle de nouvelles entreprises. Après l'onde de choc du début des années 2000, ces initiatives laissent entrevoir que, peut-être, de nouveaux modèles et de nouveaux cadres pourront bientôt s'imposer. Par ailleurs, ce serait une grave erreur que de croire que l'avenir de la musique ne passe que par des métamorphoses technologiques. Car il prend aussi la forme de débats internationaux sur la protection des expressions culturelles, ou encore d'initiatives qui s'inscrivent dans des stratégies de branding globales.

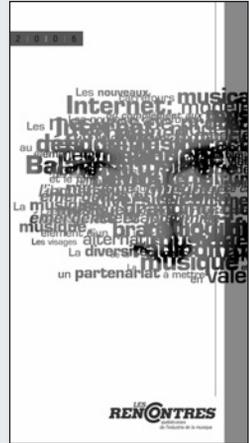
Cette année encore, les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique ont donc proposé deux jours d'échanges animés et éclairants sur ces nombreux enjeux qui continuent de transformer l'industrie de la musique et de lui dessiner de nouveaux traits. Modèles d'affaires, débouchés commerciaux, défis... Une palette d'experts et d'invités de prestige se sont succédé pour esquisser l'avenir de l'industrie musicale.

Des spécialistes de l'étranger et d'ici sont ainsi venus entretenir les participants, dans le cadre d'ateliers, de leurs expériences et de leurs points de vue sur ces questions. Les Rencontres ont aussi proposé les conférences de deux entrepreneurs qui ont choisi des voies complètement différentes pour bâtir des entreprises de premier plan autour du produit musical: le québécois Pierre Karl Péladeau, président de Quebecor, au sein duquel le groupe Quebecor Média occupe une place de plus en plus stratégique; et le britannique Martin Mills, président de Beggars Group, l'un des plus importants labels indépendants de Grande-Bretagne. Ces deux conférenciers ont communiqué aux participants leur vision du développement d'une entreprise au sein de l'industrie la musique.

Par ailleurs, rappelons que la soirée de remise des Prix Rencontres, qui se tient le premier soir de l'événement, permet chaque année de souligner, par des prix prestigieux, le travail et l'engagement assidus de dix intervenants de l'industrie.

Animée cette année par Johane Despins et Pierre Verville, la soirée a été marquée notamment par une primeur, la remise d'un nouveau prix de reconnaissance aux artistes ayant franchi, au cours de l'année précédente, le cap des 100 semaines au top francophone des ventes, tel qu'établi par LE Palmarès. Tous les artistes qui ont réussi à franchir ce cap, depuis les débuts du Palmarès, ont été également honorés. Signalons enfin que c'est DJ Champion (en formule DJ Set) qui a assuré, en musique, la conclusion de cette soirée.

L'ADISQ organise les Rencontres depuis 1995. Ce grand rendez-vous annuel permet à tous les acteurs des secteurs concernés de faire le point et de partager leurs vues sur les grands défis de l'heure: le cadre réglementaire, les nouvelles technologies, les nouveaux modèles d'affaires, etc. Le programme de la dernière édition, de même que la liste des gagnants des Prix Rencontres, sont disponibles sur adisq.com.



▲ Nicola Ciccone et Marie-Chantal Toupin, Pierre Verville et Johane Despins, Yves-François Blanchet



Photo de gauche: Hugues Sweeney, Nicolas Tittley, Sylvain Langlois. En haut: Kristin Thomson, Alain Brunet, Claude Brunet et Hervé Rony. En bas: Nicolas Tittley et Pierre Borduas



▲ Pierre Karl Péladeau et Eve-Marie Lortie



▲ Yves-François Blanchet, Marc Laurendeau, Robert Pilon et Peter Gordon



▲ Martin Mills et Laurent Saulnier

L'ADISQ

EN 2005-2006



De gauche à droite:

1^{re} rangée: Claude Larivée, Mark Lazare.

2^e rangée: Martyne Prévost, Paul Dupont-Hébert, Michel Sabourin, Mario Labbé.

3^e rangée: Benjamin Masse, Pierre Rodrigue, Jacinthe Marleau, Yves-François Blanchet, Alain Martineau, Michel Gendron, Louise Chamberland.

N'apparaissent pas sur la photo: Mathieu Drouin, Mario Lefebvre et Jacques Primeau.

Le conseil d'administration

Président

Yves-François Blanchet
Diffusion YFB

Président sortant

Jacques Primeau
Productions Jacques K. Primeau

Vice-président, disque

Michel Gendron
Disques Tox

Vice-président, spectacle

Claude Larivée
La compagnie Larivée Cabot
Champagne

Vice-président, vidéo

Paul Dupont-Hébert
Zone 3

Secrétaire

Louise Chamberland
Disques Audiogram

(poste occupé par Pierre Rodrigue,
jusqu'en décembre 2005)

Trésorière

Jacinthe Marleau
L'équipe Spectra

Administrateurs

Mathieu Drouin
Tacca Musique

Mario Labbé
Groupe Analekta

Mark Lazare
Productions Benannah

Mario Lefebvre
Productions Feeling

Alain Martineau
Distribution Select

Benjamin Masse
Local Distribution

Martyne Prévost
Disques MPV

Pierre Rodrigue
Groupe Archambault
(a été en fonction jusqu'en décembre 2005)

Michel Sabourin
Disques Atlantis



Solange Drouin et
Lyette Bouchard



Marie-Ève Lachapelle,
Pierre Blanchet et
Annie Provencher



Geneviève Leduc et
Stéphanie Hénault



Marie-Julie Desrochers,
Nicole Lalonde, Julie Gariépy,
Marie-Hélène Roussin et
Céline Laberge



Françoise Bourque et
Manon Bédard



David Lefebvre



Julie Péloquin

L'équipe

Solange Drouin
*vice-présidente aux affaires
publiques et directrice générale*

Lyette Bouchard
directrice générale adjointe

Céline Laberge
*directrice et productrice exécutive
du Gala de l'ADISQ*

Pierre Blanchet
*directeur du financement et
de la formation professionnelle;
affaires publiques*

Stéphanie Hénault
directrice des relations de travail

Julie Gariépy
directrice des communications

Annie Provencher
*directrice de la radiodiffusion et
de la recherche; affaires publiques*

Manon Bédard
contrôleuse

Geneviève Leduc
conseillère aux relations de travail

Marie-Ève Lachapelle
agente de recherche

Nicole Lalonde
adjointe aux communications

David Lefebvre
coordonnateur du Palmarès

Françoise Bourque
adjointe à la direction générale

Marie-Hélène Roussin
assistante aux communications

Marie-Julie Desrochers
assistante aux communications

Julie Péloquin
secrétaire réceptionniste



Quand on aime la
musique pour **vrai**

LA COPIE, NON MERCI.

adisq.com

6420, rue Saint-Denis
Montréal (Québec) H2S 2R7
Téléphone (514) 842-5147
Télécopieur (514) 842-7762

Tous droits réservés.
© 2006 – Association québécoise de l'industrie du disque,
du spectacle et de la vidéo (ADISQ) inc.

Textes: ADISQ et Contractuelle communicateurs-conseils.
Conception graphique: Contractuelle communicateurs-conseils.
Photographies: archives ADISQ, Jean-François Leblanc (Agence Stock), Charles Richer.
Impression: Imprimerie L'Empreinte.