

MÉMOIRE – Consultation pour alimenter la
réflexion sur l’avenir de la langue française

Montréal, le 30 avril 2023

RECOMMANDATIONS POUR UNE CHANSON
FRANCOPHONE FORTE REJOIGNANT LA POPULATION
QUÉBÉCOISE



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

Introduction : quelques mots sur l'ADISQ et l'industrie musicale québécoise

L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) représente quelques 180 entreprises québécoises indépendantes et engagées œuvrant dans les domaines suivants : production de disques, de spectacles et de vidéos, maisons de disques, gérance d'artistes, distribution de disques, maisons d'édition, agences de spectacles, salles et diffuseurs de spectacles, agences de promotion et de relations de presse. L'Association fournit à ses membres différents services (promotion collective, formation, soutien entrepreneurial, recherche et veille, développement d'outils collectifs, etc.) et de ce fait occupe un rôle structurant au sein de l'industrie.

L'ADISQ est particulièrement reconnaissante de participer à cette consultation sur l'avenir de la langue française, un enjeu qui lui tient particulièrement à cœur. Dans un contexte où l'industrie musicale québécoise faisait face à des défis importants, en particulier pour la chanson francophone, l'ADISQ est née en 1978 d'un besoin des joueurs du milieu de se rassembler et se structurer. Comme Guy Latraverse l'écrivait en 1979, il s'agissait de bâtir « *une industrie forte avec des moyens financiers importants [qui servirait] mieux la culture en mettant à la disposition des créateurs une machine capable de la diffuser, leur permettant ainsi de mieux vivre de ce beau métier et de favoriser les générations futures.* »¹ Cette industrie s'est ainsi structurée autour d'entreprises d'ici pour des artistes d'ici, créant une musique qui nous ressemble.

Aujourd'hui encore, notre écosystème musical est unique au monde. En effet, 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes d'expression française est le fait de structures indépendantes et pour celles-ci les défis restent majeurs. Le Québec demeure une île francophone en Amérique du Nord et pour nos entreprises, c'est d'autant plus difficile qu'elles font face à des géants qui disposent de moyens colossaux.

¹ ADISQ (24/10/2018), *Les 40 ans de l'ADISQ surviennent à une époque charnière pour la musique, soulignent 15 bâtisseurs de l'industrie*, <https://www.adisq.com/communiqués/2018/les-40-ans-de-ladisq-surviennent-a-une-epoque-charniere-pour-la-musique-soulignent-14-batisseurs-de-lindustrie/>

Pour l'ADISQ, il est important de s'exprimer dans la présente consultation, car la chanson est un véhicule privilégié pour la circulation de notre langue. En défendant la chanson québécoise, nous défendons la richesse et la diversité de la langue française dans un contexte culturel unique.

1. Le rôle de la chanson dans la défense de la langue française et de nos identités

L'ADISQ est animée par la conviction que notre musique constitue un outil essentiel pour la protection, la promotion et la vitalité de notre langue et que nos artistes sont de formidables ambassadeurs de celle-ci. Il est reconnu qu'historiquement, les artistes d'ici, pensons à Richard Séguin, Gilles Vignault, ou Diane Dufresne, ont joué un rôle colossal dans la défense de notre langue, la définition et l'appropriation de l'identité québécoise. À ce titre, la chanson francophone québécoise, en particulier dans les années 1960-1980, a joué un rôle éducatif essentiel tout en contribuant à éveiller la fierté d'être Québécois.e. Si notre patrimoine musical a été important dans la construction de notre identité et la défense de notre langue, son renouvellement l'est tout autant. Aujourd'hui encore, nos artistes, en mettant en chanson des histoires qui nous ressemblent, dans notre langue, occupent un rôle social fondamental. De jeunes artistes comme Roxanne Bruneau, Hubert Lenoir, Fouki, Émile Bilodeau ou Ariane Roy chantent à leur tour, avec talent, des histoires qui nous racontent et nous rassemblent.

Prenons l'exemple du rap, genre musical qui a fortement gagné en popularité ces dernières années. Au Québec, de nombreux artistes s'inscrivent dans ce courant esthétique né aux États-Unis tout en chantant en français. Le rap apparaît aujourd'hui comme un genre musical faisant vivre notre langue, qui l'enrichit, tout en étant un mode d'expression de la réalité quotidienne de nombreuses personnes.

Il peut également constituer un véhicule de transmission de notre langue. Raccoon, un artiste populaire chez les plus jeunes, donne ainsi des ateliers hip-hop auprès de ces derniers. Comme il l'explique lui-même, « *j'essaie vraiment de leur montrer un peu de*

tout : l'écriture rap, les bases, comment ça a pris forme, ce qui est important dans un couplet de rap dans le fond. »² On voit donc ici que la chanson peut être un outil ludique pour transmettre notre langue et la faire vivre.

2. Quelques constats sur la consommation de chanson francophone

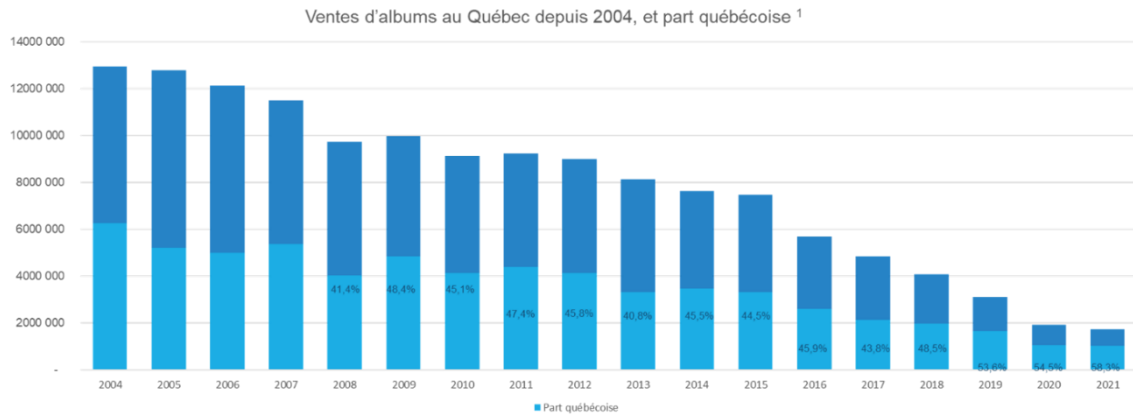
2.1 L'évolution de la consommation musicale

Les données à notre disposition illustrent un attachement important à la musique québécoise. L'an dernier, l'ADISQ a mené une étude auprès de 4003 québécois.es sur leur consommation musicale (nous citerons ici plusieurs données de cette étude intitulée *Guide de mise en marché de la musique québécoise francophone — ou Guide MQF*³). Près de 80 % des répondants déclarent écouter de la musique québécoise francophone souvent. En outre, si en 20 ans nous avons assisté à l'effondrement des ventes d'albums, l'intérêt des Québécois.es pour la musique d'ici n'a jamais faibli, celle-ci affichant des parts de marché à 50 % sur les ventes d'albums physiques.

² Plante S. (01/12/2022), Dans l'univers musical de Raccoon, QUB : https://www.qub.ca/article/dans-l-univers-musical-de-raccoon-1087142175?silent_auth=true

³ ADISQ (2022), *Guide de mise en marché de la musique québécoise francophone* <https://guidemqf.adisq.com/>

Toutefois cette chute des ventes affecte grandement la situation économique de notre écosystème :



Source : Observatoire de la culture et des communications

Cet effondrement des ventes d'albums s'inscrit dans un éclatement des pratiques de consommation musicale, dans un contexte d'économie de l'attention de plus en plus compétitif. Pour nos artistes, il n'a jamais été aussi difficile de rejoindre leur public.

Il faut être présent :

- Sur les supports physiques qui malgré leur déclin restent un marché à ne pas négliger pour maintenir le lien avec un certain public ;
- À la radio et à la télévision qui demeurent des incontournables en raison de l'exposition et des retombées qu'ils offrent ;
- Sur les plateformes de streaming vers lesquelles migrent les auditoires ;
- Sur les nouveaux médias auxquels il faut s'adapter en continu (exemple twitch, TikTok).

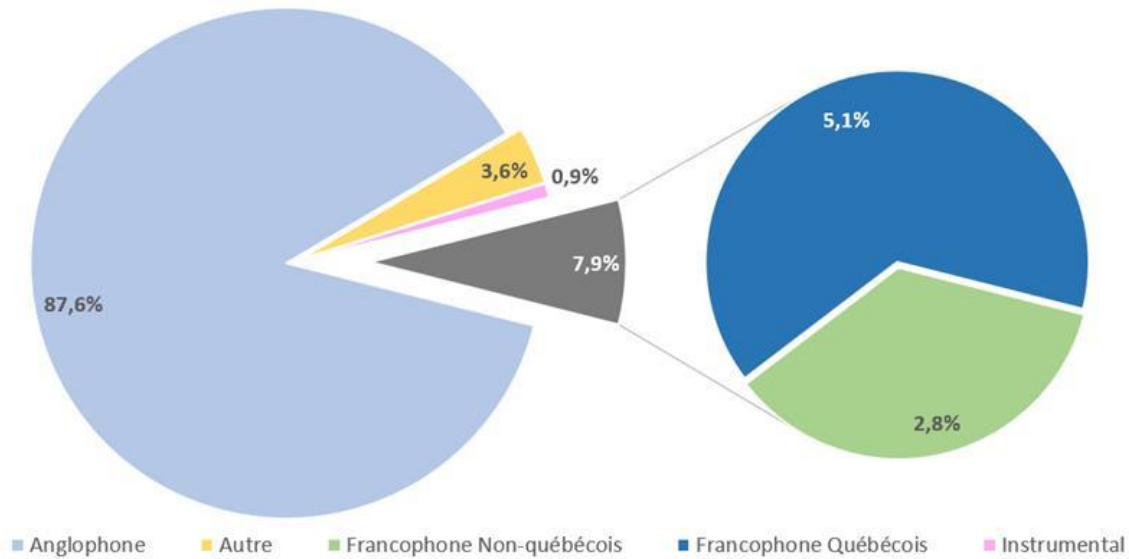
Les joueurs de notre écosystème doivent donc multiplier les investissements (commercialisation physique, placement radio et télévision, commercialisation numérique, promotion en ligne et hors ligne) pour des retombées bien moindres.

Depuis plusieurs années, les services d'écoute en continu, qui sont devenus les médiums d'écoute musicale dominants, représentent un défi colossal pour l'industrie musicale. Il est difficile de rivaliser avec les grandes vedettes internationales qui s'appuient sur les

majors et bénéficient ainsi de ressources importantes en commercialisation et promotion avec par exemple des équipes entières destinées l'analyse de données.

Aujourd'hui, la place qu'occupe la musique francophone, sur les plateformes de *streaming* au Québec, est marginale :

Répartition des parts d'écoute sur les services d'écoute en continu audio au Québec en 2022



Source : Luminare (analyse ADISQ)

En *streaming*, au Québec, les pistes en français d'artistes québécois captent seulement 5 % des parts d'écoute. Toujours au Québec, en 2022, sur les 100 pistes les plus écoutées, on ne compte que 4 pistes québécoises, dont seulement 2 francophones. La même année, sur les 100 artistes les plus écoutés au Québec, on compte seulement 7 artistes québécois.es, dont 4 chantant principalement en français. Si les plateformes d'écoute en continu donnent accès à une grande diversité de contenus musicaux rassemblant la majorité des langues de la planète, dans les faits, les contenus anglophones, particulièrement ceux produits par notre voisin du sud, dominant largement.

Un constat alarmant se dégage donc des données que nous venons d'explorer : la capacité de nos entreprises à rejoindre leur public est considérablement affectée. Cette situation

est d'autant plus problématique pour le renouvellement des publics, car c'est sur ces plateformes que les jeunes consomment et découvrent majoritairement leur musique.

Notons que cette concurrence des grandes vedettes internationales s'exprime également sur le terrain du spectacle. Avec la fin de la pandémie, on a ainsi pu observer le retour de ces spectacles à grand déploiement, face auxquels il est difficile de rivaliser.

2.2 Le jeune public, un défi majeur

Avant toute chose, rappelons que les « jeunes » ne forment pas un bloc monolithique et qu'il faut éviter de tomber dans toute forme de caricature. L'univers culturel des jeunes est pluriel et complexe, combinant de multiples intérêts et pratiques culturelles, ce qui rend d'ailleurs ce public difficile à rejoindre. Toutefois, comme le montrent de nombreux travaux⁴, il n'est pas excessif de dire que la musique est au cœur de leur univers culturel et peut être considérée comme l'une de leurs pratiques et consommations culturelles les plus répandues. La musique occupe un rôle essentiel dans la structuration des mondes sociaux des jeunes et dans la construction de leurs identités personnelles et collectives⁵. Selon le Guide MQF, la première source de découverte musicale des 13-17 ans se situe au sein de leurs réseaux de sociabilité et de mimétisme, suivi par *YouTube*.

Phénomène inquiétant, nos données traduisent un intérêt moins marqué des jeunes pour la musique québécoise francophone par rapport à l'ensemble de la population. Si 78 % des sondés déclarent écouter souvent de la musique québécoise francophone, ce chiffre tombe à 60 % chez les 13-17 ans et à 75 % chez les 18-34 ans. Ensuite, alors que 81 % des sondés pensent que « *La musique québécoise francophone, c'est notre héritage* », seulement 64 % des 13-17 ans et 73 % des 18-34 ans adhèrent à cette déclaration. Enfin, 71 % des sondés pensent que « *la musique québécoise francophone est dynamique* », un chiffre qui tombe à 49 % des 13-17 ans et 63 % pour les 18-34 ans.

⁴ Bennett, 2000 ; Donnat, 2004 ; Haines 1999 ; Hersent, 2003 ; Pasquier et Jouët, 1999 ; Séguin-Noël, 2000 ; Traïni, 2005

⁵ Bennett, 2000 ; Bloustien et Peters, 2011 ; Casares Berg, Diaz Fierros et Carballo Pérez, 2010 ; Chamberland, 2000 ; Leblanc, Boudreault-Fournier et Djerrahian, 2007 ; Octobre et al., 2010 ; Traïni, 2005

3. Pistes de solution pour connecter les Québécoises à leur musique

3.1 Outiller les acteurs de notre écosystème

3.1.1. Un soutien stratégique

Dans l'environnement extrêmement concurrentiel dans lequel nos entreprises évoluent, celles-ci ont besoin de développer une intelligence d'affaires adaptée au contexte numérique et d'un appui stratégique soutenant la commercialisation d'une production musicale originale en enregistrement sonore et en spectacle riche et diversifiée. **Les recommandations⁶ déposées par l'ADISQ dans le cadre des consultations budgétaires visent à remplir ces objectifs avec un soutien à nos entrepreneurs que maximise les retombées pour l'écosystème et permet à notre musique de se démarquer.**

Soulignons également que dans ce contexte, le milieu musical se mobilise avec des initiatives structurantes, soutenues depuis le début par le gouvernement, qui visent à outiller nos acteurs et à propulser la découvrabilité de notre musique, en enregistrement sonore comme en spectacle.

Par exemple, le projet MetaMusique qui vise à accompagner les ayants droit de la chaîne de valeur musicale dans l'indexation de leurs contenus à l'aide de métadonnées aura un impact concret sur la découvrabilité de la musique. Derrière ce projet, on retrouve des associations et sociétés de gestion représentant notamment les auteurs-compositeurs, les interprètes, les éditeurs et les producteurs. Le spectacle n'est pas en reste à l'image des projets de la Vitrine, Rideau (scène pro) et l'ADISQ (Volum) qui collaborent pour favoriser les synergies entre ceux-ci afin d'améliorer la découvrabilité de nos spectacles.

⁶ ADISQ (2023), *Mémoire dans le cadre des consultations en prévision du budget du Québec de 2023-2024*, http://www.finances.gouv.qc.ca/ministere/outils_services/consultations_publics/consultations_prebudgetaires/2023-2024/memoires/Memoire_ADISQ.pdf

Si ces initiatives numériques conjointes visant à adapter le milieu musical aux réalités de notre environnement sont porteuses, elles sont coûteuses en développement et elles nécessitent le soutien approprié pour qu'elles puissent révéler tout leur potentiel et offrir les retombées attendues.

3.1.2. L'importance de la recherche

Il est aujourd'hui crucial de documenter des pratiques d'écoute qui évoluent très rapidement, comme nous le faisons par exemple avec le *Guide MQF* de l'ADISQ. **Il est donc important de mener et soutenir des projets de recherche qui nous renseignent sur l'évolution des pratiques d'écoute et de découverte de la musique, notamment chez les plus jeunes.** Cela permet d'outiller les joueurs de l'écosystème dans leur stratégie de mise en marché et contribue à mieux penser les initiatives visant à mieux valoriser nos musiques.

Dans un environnement de plus en plus numérique où les données sont fondamentales, **les initiatives visant à développer une meilleure connaissance en récolte et analyse de données sont aujourd'hui essentielles.**

4.1 Favoriser la visibilité de notre musique

L'ADISQ est animée par la conviction suivante : notre musique est riche, diversifiée et de qualité, et plus on expose le public à notre musique, plus elle est consommée.

4.1.1 Favoriser l'exposition de notre musique à la radio et à la télévision

Au fil des ans, des actions concrètes, dont l'impact est encore à ce jour significatif, ont été posées et ont largement favorisé l'épanouissement de la musique francophone au Canada.

Ainsi, dans les années 1970, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a imposé aux stations de radio francophones de diffuser au moins 65 % de contenu musical en français et 30 % de contenu musical d'origine canadienne. Ces années ont constitué une période faste pour la jeune industrie québécoise, période

encore considérée par plusieurs comme celle de « l'âge d'or » qui fait encore aujourd'hui la fierté de sa population.

Encore aujourd'hui, une exposition à la radio ou à la télévision à des retombées importantes. Selon, nos données extraites du *Guide MQF*, les premières sources de découvrabilité de musique au sein de la population québécoise restent la radio et la télévision. Par exemple, à l'ADISQ, nous observons concrètement comment les Galas de l'ADISQ ont des retombées importantes sur les artistes en performance.

Dans un contexte difficile pour ces médias, qui sont essentiels dans le développement de la carrière de nos artistes, le développement de programmes qui encouragent l'utilisation de la chanson francophone peut contribuer grandement au rayonnement de celle-ci.

Lors du dernier budget, Télé-Québec a reçu une enveloppe de 101,1 millions de dollars afin que la chaîne réaffirme son rôle en programmation jeunesse et bonifie l'offre de services disponible sur ses différentes plateformes. L'ADISQ se réjouit de cette annonce considérant l'importance de ce diffuseur pour notre culture. Il serait intéressant que dans ce cadre certaines initiatives fassent une place à la chanson francophone.

4.1.2 La synchronisation

Le placement de chansons dans les productions audiovisuelles a également des retombées importantes. À l'international, on a pu voir comment la mise à l'honneur de Kate Bush dans la série *Stranger Things* ou de Depeche Mode avec la production de HBO *The Last of Us* a généré un regain d'écoute sur les titres diffusés, mais également sur l'ensemble du catalogue de ces artistes. La synchronisation dans les séries est devenue un levier de marketing décisif pour les maisons de disques.

Que l'on se situe sur des films, des documentaires, des publicités, des séries ou des programmes de variétés, il faut encourager l'utilisation de musique québécoise francophone. Si un programme existe à la SODEC, celui-ci reste limité à certains programmes audiovisuels, il pourrait être étendu et bonifié.

4.1.3 Faire que les plateformes de diffusion en continu participent à l'exposition et au développement de nos artistes

Le projet de loi C-11 qui vient de passer l'étape finale du Sénat constitue une grande étape vers une meilleure visibilité de nos musiques sur les plateformes d'écoute en ligne. Si cette régulation se joue au niveau fédéral, **le Québec peut contribuer aux initiatives qui maximisent l'exposition de nos musiques sur ces plateformes.**

4.1.4 Le spectacle

Le spectacle est une expérience émotionnelle et collective forte fondamentale dans le développement de la carrière de l'artiste. Il permet la création et le renforcement de liens avec son public. Dans ce cadre, ce sont des lieux de découverte musicale particulièrement puissants. **Il faut donc renforcer les initiatives qui favorisent la présentation de nos artistes, en particulier les émergents, dans les concerts et festivals.**

4.2 L'éducation, un enjeu prioritaire pour la musique québécoise francophone

Pour le renouvellement des publics, intéresser les jeunes à notre musique est indispensable. Inversement, la chanson constitue un formidable outil d'éducation contribuant au développement de la créativité, de l'intelligence émotionnelle ou encore du langage.

À différents stades de l'enfance et l'adolescence, **l'ADISQ invite le comité à réfléchir à des moyens de mettre en contact les jeunes avec la musique d'ici, notamment avec les musiciens de la relève, par la présentation de chansons et de spectacles. Pour contribuer à cette réflexion, nous avons listé plusieurs initiatives pertinentes qui peuvent être poursuivies et/ou servir d'inspiration.**

4.2.1 Le rôle de l'éducation chez les plus jeunes

L'école étant le principal lieu de socialisation de la jeunesse, il semble naturel de faire de cette institution un lieu privilégié de rencontre entre nos musiques et nos jeunes.

L'ADISQ à l'école : 14 webinaires éducatifs faisant la promotion de 14 artistes

Avec le soutien financier de la SODEC et en collaboration avec la Fédération des Associations de Musiciens Éducateurs du Québec (FAMEQ), ces webinaires abordent des thématiques telles que l'écriture, les arrangements, les techniques instrumentales et vocales et la mise en scène, thématiques tirées du curriculum pédagogique des enseignants de musique au Québec. Les enseignants sélectionnés et leurs classes ont pris soin d'écrire les questions du webinaire en lien avec la thématique attribuée. Tous les épisodes reposent sur des questions d'élèves qui ont été filmés pour l'occasion et qui en deviennent les animateurs. Les élèves ont aussi eu le droit à une rencontre privilégiée avec l'artiste, en visioconférence et sous différentes formes : prestation intime, création d'une chanson, présentation d'instruments de musique, etc.

Chanson à l'école (Culture pour tous)

Chaque année, les élèves du primaire du Québec et de la francophonie canadienne sont invités à unir leurs voix et donner le coup d'envoi des Journées de la culture avec *Une chanson à l'école*. Une pièce est composée spécialement pour l'activité par un ou une artiste incontournable de la scène pop francophone. *Une chanson à l'école* est réalisée par Culture pour tous grâce au soutien du ministère de la Culture et des Communications.

D'autres outils et initiatives sont encore à inventer. Il est crucial que la musique fasse partie intégrante de l'éducation des élèves québécois et résonne avec leur quotidien. La chanson francophone peut ainsi aider les enfants à construire leurs rapports au monde.

Pensons donc à des projets, mêlant des initiatives artistiques locales à un soutien politique et financier provincial, visant à présenter les chansons, les étudier, notamment les textes de celles-ci et à permettre leur appropriation. Faisons entrer nos chansons et nos artistes dans les écoles.

4.2.2 Poursuivre l'effort jusqu'aux études supérieures

Nous l'avons vu, **les adolescent.es et jeunes adultes représentent un défi important pour le milieu musical. Il faut donc trouver des solutions pour favoriser la consommation de cette musique par ce public.**

Prix du RIASQ remis au 1^{er} Gala

Depuis l'an dernier, l'ADISQ présente en partenariat avec le Réseau intercollégial des activités socioculturelles du Québec (RIASQ), le Prix collégial de la chanson de l'année. Ce prix remis à une ou un artiste de la relève pour l'une de ses chansons à l'occasion du Gala de L'ADISQ est désigné par un jury étudiant. Comme l'explique le directeur général du RIASQ, Maxime Burgoyne-Chartrand, « *avec ce nouveau projet, on expose des jeunes à la culture d'ici et on espère leur donner soif de découvertes et leur ouvrir les yeux sur la richesse de notre musique.* »⁷

CEGEP en spectacle

Initiative qui émane du RIASQ, [CEGEP en spectacle](#) est « *le plus important concours francophone des arts de la scène du milieu collégial québécois* ». Chaque année, plusieurs artistes de la relève présentent des numéros de danse, de chant, de musique, de théâtre, d'art oratoire, d'humour ou des arts du cirque dans différents CEGEP au Québec. Depuis plus de 40 ans, cet événement permet de lancer la carrière d'artistes de la scène québécoise. Chacune des trois étapes du concours (finales locales, régionales et nationales) favorise la participation et l'engagement des étudiants et étudiantes dans tous les domaines du spectacle.

⁷ Denis L. (2022), Un prix étudiant au Gala de l'ADISQ, *Le devoir*, <https://www.ledevoir.com/culture/musique/759081/un-prix-etudiant-au-gala-de-l-adisq>

Programme SODEC : Sensibilisation à la chanson et diffusion pour le milieu collégial

De son côté, la SODEC est à l'initiative d'un [programme](#) de sensibilisation à la chanson et diffusion pour le milieu collégial dont l'objectif est de « *favoriser la sensibilisation des étudiants du milieu collégial à la chanson en français, en soutenant des activités de diffusion, dont des spectacles professionnels et activités conçus spécifiquement pour cette clientèle* ». Ce type de programme est particulièrement intéressant pour permettre au jeune public de découvrir des chansons francophones.

Passeport MTL étudiant international

Dans le cadre du 375^e anniversaire de Montréal, [le Passeport MTL](#) étudiant international a été remis à des étudiants internationaux par l'ensemble des universités montréalaises. Les détenteurs ont pu se prévaloir gratuitement de nombreux attraits de la Ville dont le Jardin botanique, le Biodôme, l'Insectarium et le Planétarium Rio Tinto Alcan.

Les activités de réseautage, qui ont précédé chacune des sorties culturelles, sont au cœur du projet. Elles ont permis de tisser des liens entre les étudiants, de développer un intérêt pour la culture québécoise et à terme, de renforcer le sentiment d'appartenance à Montréal. Ce passeport constitue un formidable outil d'intégration par la culture.

Passeport culturel à venir

Dans le dernier budget, des sommes ont été annoncées en vue de développer un passeport culturel qui permettra d'accéder à des biens et services culturels québécois à un coût avantageux. L'ADISQ a accueilli favorablement cette annonce qui contribuera à faire découvrir notre culture auprès des plus jeunes. Les initiatives de ce type menées à l'étranger nous apportent certains enseignements comme s'assurer que la porte qui est ouverte sur la culture mette bien en valeur notre culture ou veiller à ce que les arts de la scène soient bien valorisés. Dans tous les cas, l'ADISQ offrira toute sa collaboration dans la réflexion visant à mettre en œuvre ce projet porteur.

Conclusion

En premier lieu, l'ADISQ salue cette consultation et plus largement la démarche dans laquelle elle s'inscrit, à savoir une réflexion transministérielle avec une approche holistique sur un enjeu social important. Pour l'ADISQ, il est important que la culture fasse partie de la discussion sur l'avenir de la langue française. On ne peut dissocier la vitalité de notre langue et la vitalité de nos musiques. Une musique forte aidera à relever les défis auxquels fait face notre langue.

Les questions posées dans la présente consultation sont difficiles et appellent à des réponses complexes, un travail continu avec des actions à différents niveaux. Les différentes pistes présentées dans ce mémoire visent à agir sur différents plans et de manière complémentaire avec des effets s'échelonneront à court, moyen et long terme. Pour finir, l'ADISQ souhaite rappeler qu'elle demeure disponible pour contribuer à la suite des réflexions et à l'élaboration des projets qui émaneront de celle-ci.