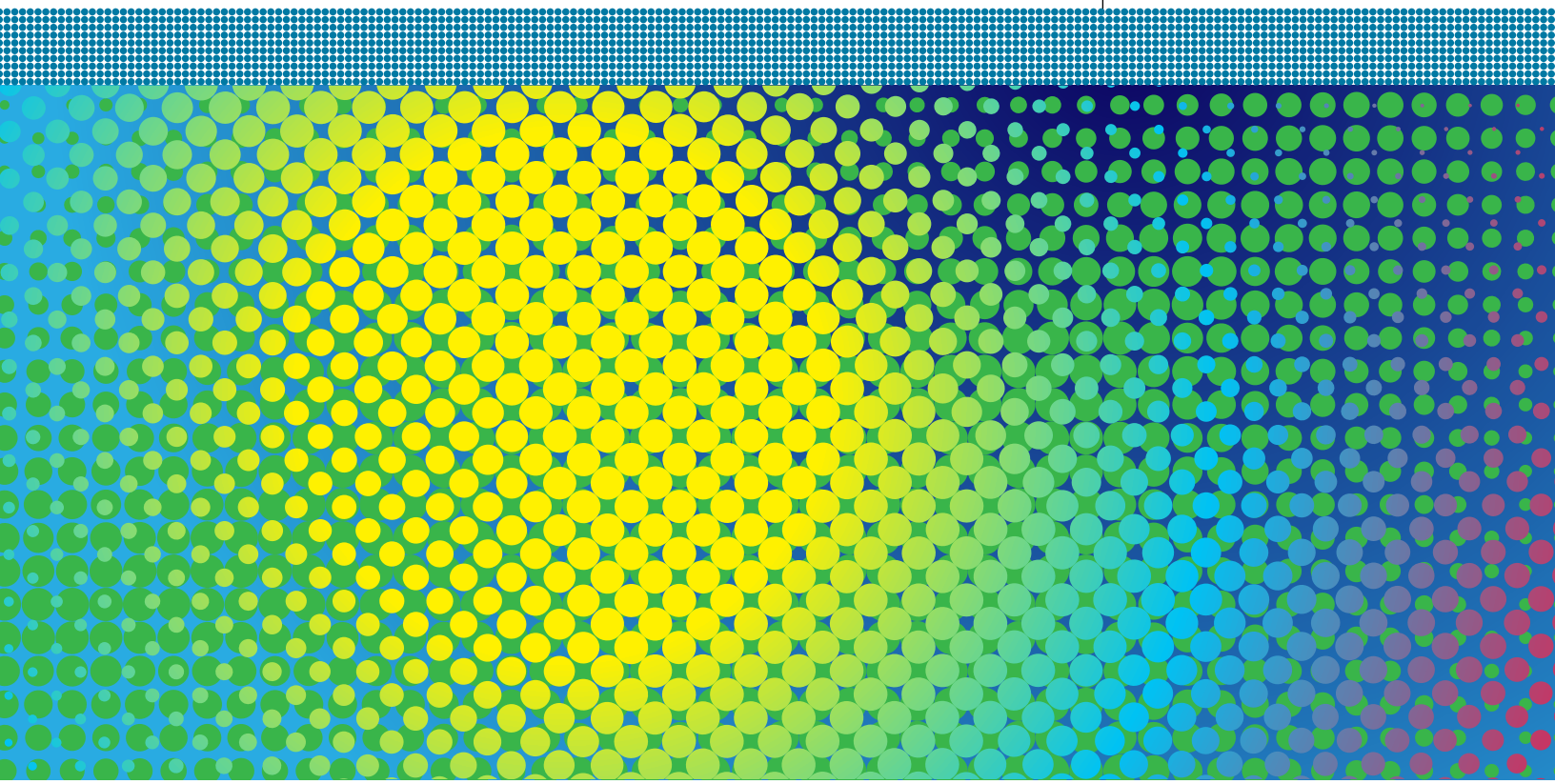
REVUE DES ACTIVITÉS 2010 > 2011

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



LES FORCES VIVES DE L'INDUSTRIE

L'ADISQ, l'association professionnelle de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, regroupe plus de 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, en assemblée générale. Son équipe permanente compte une vingtaine de personnes.

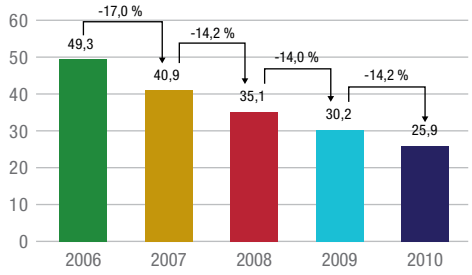
ADISQ

La toile de fond de l'industrie	3
Stratégies d'intervention	9
Affaires internationales	14
Radiodiffusion	16
Financement des entreprises	23
Droits	27
Relations de travail	29
Formation	33
Promotion collective	35
Soutien à l'exportation	39
Communications	41
L'ADISQ en 2010-2011	44

ENREGISTREMENTS SONORES : LE NUMÉRIQUE NE COMPENSE TOUJOURS PAS

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU CANADA

MILLIONS D'UNITÉS



Note : inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Source : IFPI

VALEUR DES VENTES AU DÉTAIL

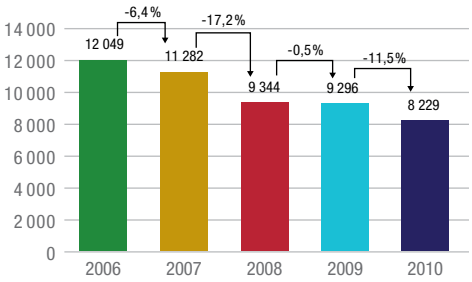
La valeur des ventes au détail d'enregistrements sonores (tous les supports confondus) dans le monde était estimée à 24,3 milliards $US en 2010, une baisse de 4,3 % par rapport à 2009.

Une diminution de la valeur des ventes au détail d'enregistrements sonores a également été enregistrée au Canada pour la même période. Estimée par l'IFPI à 595 millions $CAN en 2009, la valeur des ventes au détail de ce type d'enregistrement a subi une baisse de 4,7 % en un an, atteignant 567 millions $CAN en 2010.

Source : IFPI

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS

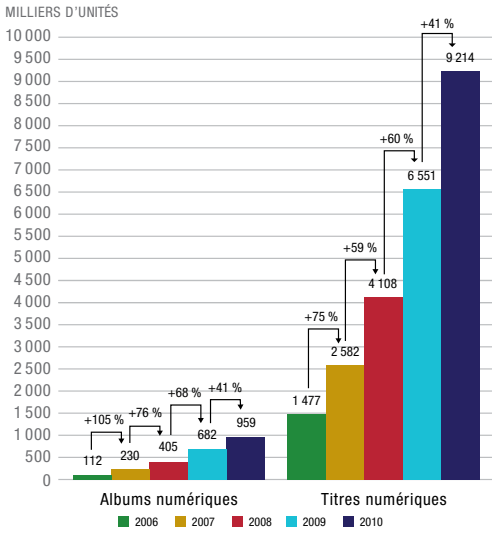


Note : inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

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

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS EN FORMAT NUMÉRIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS



Note : inclut les ventes faites par Bell Mobility, iTunes, MTS Allstream, Napster, Puretracks et Zunior.com.

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

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS DANS LE MONDE SELON DIFFÉRENTS FORMATS

MILLIERS D'UNITÉS

	Albums physiques*			Albums numériques			Pistes numériques		
	2009	2010	Variation	2009	2010	Variation	2009	2010	Variation
Québec	9 296	8 229	-11,5%	682	959	40,6%	6 551	9 214	40,7 %
Canada	30 200	25 900	-14,2%	4 780	5 980	25,1%	56 700	67 900	19,8 %
France	55 400	49 000	-11,6%	3 900	5 300	35,9%	27 800	33 400	20,1 %
États-Unis	297 500	239 900	-19,4%	76 400	86 300	13,0%	1 159 000	1 172 000	1,1 %

* Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Source : OCCQ pour le Québec ; Nielsen Soundscan et IFPI pour le Canada ; SNEP pour la France ; Nielsen Soundscan pour les États-Unis.

PART DES VENTES D'ALBUMS DES ARTISTES QUÉBÉCOIS DANS LE TOP 500 DES MEILLEURS VENDEURS AU QUÉBEC

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre total d'unités vendues par le TOP 500 des meilleurs vendeurs au Québec	5 822 275	5 743 806	6 098 448	5 821 173	4 828 495	5 296 695	4 468 368
Nombre total d'unités vendues des albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	2 630 273	2 158 556	2 468 680	2 715 363	2 003 355	2 565 511	2 014 745
Nombre d'albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	169	164	156	170	174	181	200

Note méthodologique : pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées ; à partir de 2007, l'année complète a été analysée.

Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

PART DES VENTES DES ENREGISTREMENTS SONORES D'ARTISTES QUÉBÉCOIS SUR LE TOTAL DES VENTES DES TOP 500* AU QUÉBEC

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ensemble des albums	45,2 %	37,6 %	40,5 %	46,6 %	41,5 %	48,4 %	45,1 %
Albums physiques	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	41,9 %	48,9 %	46,0 %
Albums numériques	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	21,5 %	33,2 %	29,7 %
Pistes téléchargées	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	6,3 %	7,2 %	7,0 %

* Les analyses des Top 500 albums physiques, Top 500 albums numériques et Top 500 pistes téléchargées ont débuté en 2008.

Source : OCCQ, Statistiques en bref, juin 2010 pour 2008 et 2009. Nielsen Soundscan et analyses ADISQ pour 2010.

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

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes d'au moins	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
10 000 copies	62	59	62	60	49	69	57
15 000 copies	44	40	38	40	34	51	39
25 000 copies	29	20	20	25	16	23	15
50 000 copies	10	7	8	10	8	6	2
100 000 copies	1	1	3	5	1	2	0
200 000 copies	1	0	1	1	0	1	0
300 000 copies	0	0	0	0	0	0	0

Chaque année, environ 250 albums francophones d'artistes québécois sont mis en marché.

Note méthodologique : pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées ; à partir de 2007, l'année complète a été analysée.

Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

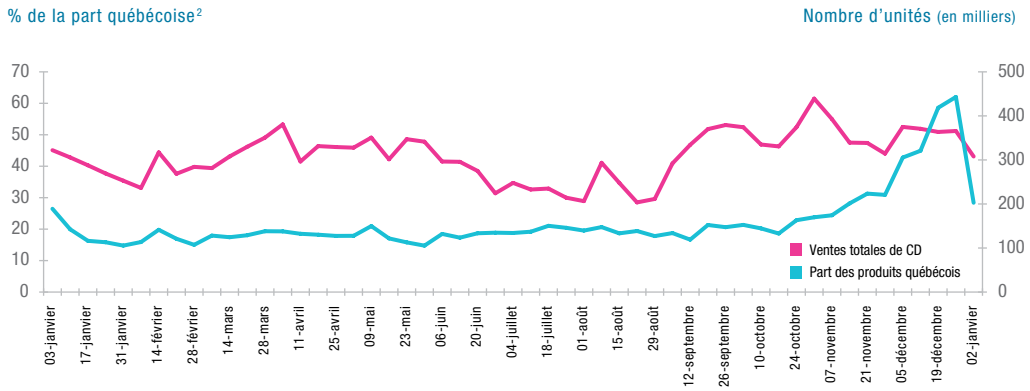
PART DES VENTES DES 5, 10 ET 25 PREMIÈRES POSITIONS SUR LES VENTES TOTALES DU TOP 100 DES VENTES D'ALBUMS QUÉBÉCOIS

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOP 5	25,1 %	22,2 %	29,9 %	30,9 %	23,9 %	25,5 %	17,5 %
TOP 10	36,8 %	35,8 %	42,0 %	46,1 %	38,7 %	36,2 %	29,0 %
TOP 25	61,3 %	58,1 %	62,0 %	65,3 %	61,3 %	58,4 %	51,2 %

Note méthodologique : pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées ; à partir de 2007, l'année complète a été analysée.

Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

VENTES TOTALES D'ALBUMS[1] ET PART DES PRODUITS QUÉBÉCOIS, QUÉBEC, 2010

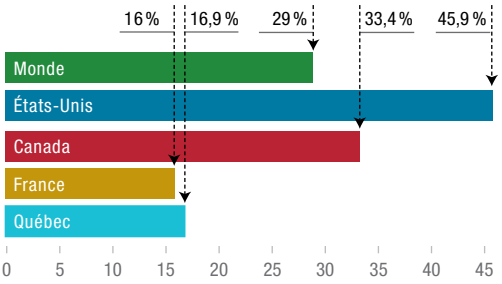


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

1. La part des ventes d'albums dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) est estimée à partir de l'examen des 200 titres les plus vendus.

2. La part québécoise fait ici référence à la dimension artistique d'un album, laquelle se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui est mis de l'avant.

PART DU MARCHÉ NUMÉRIQUE DANS LE MARCHÉ TOTAL DE LA MUSIQUE, PAR MARCHÉ – 2010



Note : Données québécoises basées sur le nombre de pièces et d'albums téléchargées, le nombre de pièces ayant été converti en nombre d'albums. Estimation basée sur un nombre moyen de 13 pièces par album. Inclut les ventes faites par Bell Mobility, iTunes, MTS Allstream, Napster, Puretracks et Zunior.com.

Pour le Québec et le Canada, les ventes de sonneries musicales ne sont pas comptabilisées.

Source : Québec - Nielsen SoundScan, analyse ADISQ ;
Canada et États-Unis – Nielsen SoundScan, analyse ADISQ ; France – Snep ; Monde – IFPI.

LE NUMÉRIQUE DANS LE MONDE : GLOBALEMENT ILLÉGAL

L'IFPI estime qu'en 2008, 40 milliards de pièces musicales ont été téléchargées de façon illégale dans le monde, ce qui représenterait, selon les estimations de l'IFPI, 95 % du total des pièces téléchargées (légales et illégales).

Source : IFPI, 2009

Depuis sa mise en place en avril 2003, le service de téléchargement légal iTunes, du groupe Apple, a vendu 15 milliards[1] de pièces. Cette boutique en ligne dispose d'une offre de plus de 13 millions[2] de pièces musicales pour téléchargement.

Source : [1] Digital Music New, 6 juin 2011
[2] Apple, mai 2011

LE MARCHÉ NUMÉRIQUE LÉGAL DANS LE MONDE : DÉVELOPPEMENTS SUR SEPT ANS

	2003	2010
Nombre de services légaux autorisés	Moins de 50	Plus de 400
Nombre de pièces disponibles	1 million	13 millions
Valeur des ventes de musique numérique	20 millions $ US	4,6 milliards $ US
Part du numérique dans l'ensemble des ventes de musique dans le monde	0 %	29 %

Source : IFPI Digital Music Report 2010, 2011

SPECTACLE : UN MARCHÉ FRAGILE

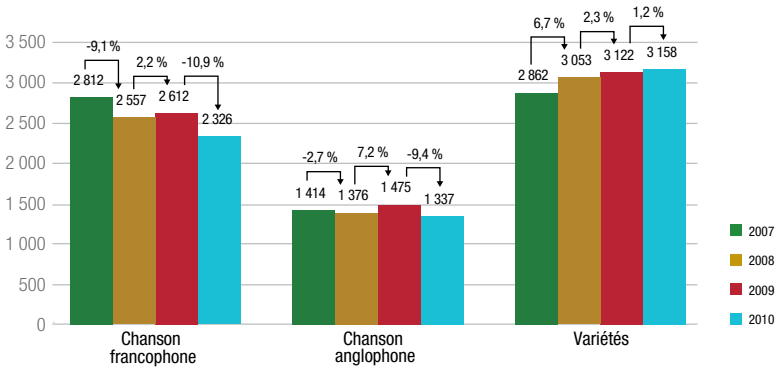
NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS PAYANTES[1] POUR UN MÊME SPECTACLE EN ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC

	Théâtre		Danse		Chanson francophone		Chanson anglophone		Variétés[2]	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Spectacles différents	577	593	204	199	673	674	791	843	328	295
Nombre de représentations	6 282	6 333	788	725	2 612	2 326	1 475	1 337	3 122	3 158
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle	10,9	10,7	3,9	3,6	3,9	3,5	1,9	1,6	9,5	10,7

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 d'humour, de cirque, de magie, de comédie musicale et de music-hall.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

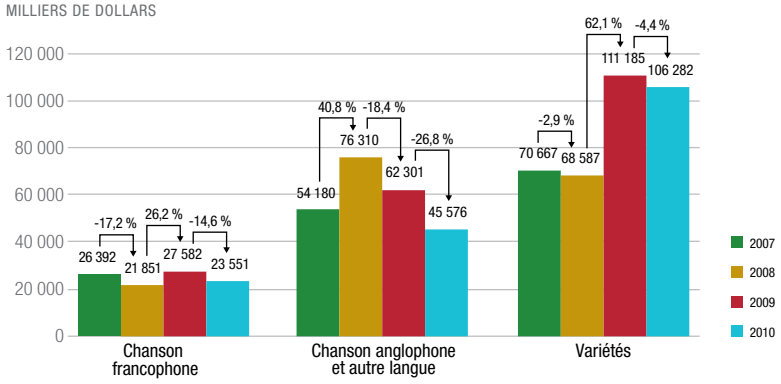
NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS



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

REVENUS DE BILLETTERIE

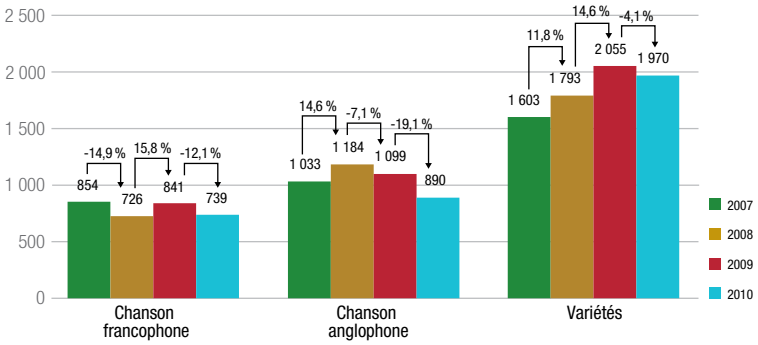
MILLIERS DE DOLLARS



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.
Note : pour l'année 2008, les données de l'OCCQ concernant les revenus de billetterie pour la chanson anglophone ne sont pas dipsonibles de façon isolée.

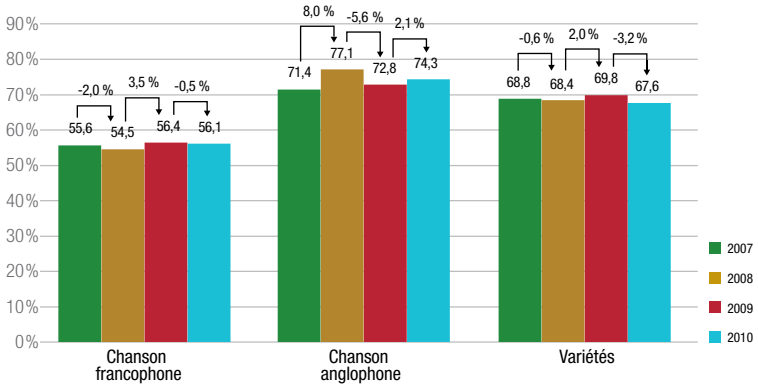
ASSISTANCE PAYANTE

MILLIERS D'ENTRÉES



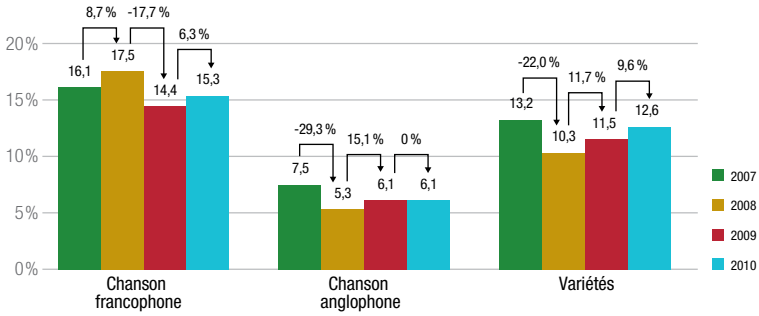
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

TAUX D'OCCUPATION DE L'ASSISTANCE PAYANTE



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

TAUX DE SPECTATEURS AVEC BILLET DE FAVEUR

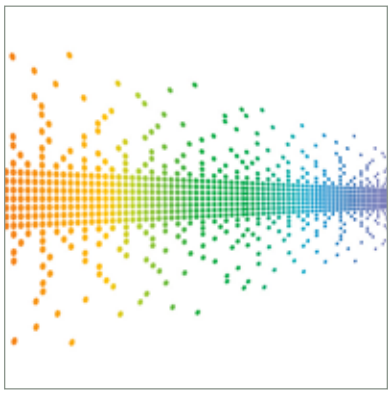


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

Les données de cette Toile de fond proviennent d'une vaste base documentaire gérée par l'ADISQ, qui couvre les principaux enjeux auxquels se trouve confrontée l'industrie de la musique, du spectacle et de la vidéo au Québec.

Parmi les sources consultées par l'ADISQ, on retrouve notamment *l'International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), la *Canadian Recording Industry Association* (CRIA), Nielsen Soundscan et l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). L'OCCQ fournit de façon récurrente, depuis 2003, une quantité importante de données détaillées sur l'industrie du spectacle de chanson et de variétés au Québec ainsi que des données annuelles sur les ventes de disques au Québec. Depuis janvier 2006, il est maintenant possible d'obtenir des statistiques sur les ventes de disques au Québec sur une base hebdomadaire. Ces statistiques portent notamment sur la part des artistes et des entreprises québécoises sur ces ventes ainsi que le nombre d'unités vendues par type de support, y compris les albums et les pistes numériques téléchargées.

POUR UNE ACTION CIBLÉE



PRINCIPALES STRATÉGIES D'INTERVENTION

OBJECTIF
Assurer le développement des compétences des ressources humaines de l'industrie.

STRATÉGIES

FORMATION

Répondre aux besoins des entreprises en matière de professionnalisation, de gestion et de formation des ressources humaines.

COMMUNICATIONS / RELATIONS AVEC LES MEMBRES

- Développer des outils de communication efficaces en vue d'informer les membres.

OBJECTIF
Assurer les moyens de production, commercialisation et distribution de contenus de qualité comparable à ceux des multinationales.

STRATÉGIES

DROITS

- Agir avec le milieu canadien de la musique pour un lobby efficace auprès des pouvoirs publics dans le but d'avoir une Loi sur le droit d'auteur permettant le plein contrôle de l'exploitation des contenus.
- Négocier avec les sociétés de droit d'auteur des conditions d'utilisation des œuvres justes et équitables.

RELATIONS DE TRAVAIL

- Intervenir auprès du gouvernement et des tribunaux compétents en vue d'assurer la pleine reconnaissance du statut de producteur et le maintien d'un régime de relations de travail équilibré.
- Négocier avec les syndicats des ententes collectives justes et équitables tenant compte des petites entreprises de production.

FINANCEMENT DES ENTREPRISES

- Renforcer et consolider l'industrie canadienne indépendante de la musique.
- Revendiquer des aides publiques qui devraient être suffisantes pour s'appliquer à l'ensemble des acteurs du secteur de la musique.
- S'assurer que la structure industrielle du secteur de la production musicale présente les caractéristiques suivantes : 1) un noyau dur d'entreprises de grande taille et de taille intermédiaire ; 2) un noyau dur d'entreprises intermédiaires « en croissance » et 3) des entreprises de la « relève industrielle » dynamiques.

OBJECTIF
Assurer l'accès du public au contenu québécois.

STRATÉGIES

RADIODIFFUSION

- S'assurer que la chanson francophone canadienne occupe une place prépondérante dans tous les éléments du système canadien de radiodiffusion.
- S'assurer que tous les éléments du système canadien de radiodiffusion contribuent financièrement au développement des contenus musicaux.
- S'assurer qu'il ne se crée pas, dans un secteur réglementé par le CRTC, des précédents qui pourraient être défavorables au milieu de la musique et ultérieurement opposables.

PROMOTION COLLECTIVE

Assurer le plus grand rayonnement possible au contenu québécois dans toute sa diversité, en vue de maintenir et d'augmenter ses parts de marché.

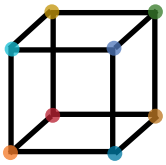
SOUTIEN COLLECTIF À L'EXPORTATION

Assurer une présence québécoise collective dans les différentes manifestations internationales, en vue de soutenir collectivement les activités d'exportation individuelles des membres.

OBJECTIF
Assurer le développement des compétences des ressources humaines de l'industrie.

OBJECTIF
Assurer les moyens de production, commercialisation et distribution de contenus de qualité comparable à ceux des multinationales.

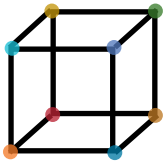
OBJECTIF
Assurer l'accès du public au contenu québécois.



STRATÉGIE

POLITIQUES GÉNÉRALES

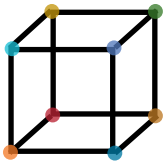
Contribuer à haut niveau à la réalisation de l'ensemble des objectifs de l'association par la promotion de politiques générales conséquentes.



STRATÉGIE

VEILLE INDUSTRIELLE ET RECHERCHE

Fournir aux membres de l'ADISQ une information stratégique à jour sur les initiatives, modèles commerciaux et tendances de partout dans le monde pouvant influencer leurs décisions d'affaires.



STRATÉGIE

AFFAIRES INTERNATIONALES

S'investir pour participer à la mise en œuvre, à l'echelle internationale, d'un outil garantissant aux États le droit de légiférer et d'intervenir en matière de politiques culturelles.

VERS UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE POUR LA CULTURE

LA SODEC ET LE CALQ S'ATTÈLENT À LA TÂCHE.

La SODEC et le Conseil des arts et des lettres du Québec se sont vus confiés à l'automne par la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Mme Christine St-Pierre, le mandat de mettre en place une stratégie numérique adaptée au champ de la culture. À cette fin, la SODEC a lancé une vaste consultation intitulée *Option culture, virage numérique,* qui s'est conclue en juin 2011, et qui s'est divisé en cinq phases.

À la première phase, des comités de travail représentant chacun un domaine culturel (disque et spectacle, cinéma, livre, etc.) se sont réunis afin de dégager un portrait de la situation de leur secteur à l'égard du numérique. Des comités thématiques ont ensuite approfondi divers thèmes tels que la création, la mise en marché et le cadre légal et réglementaire, en vue de dégager des actions prioritaires à mener de façon transversale, tous domaines confondus.

Deux événements ont également été organisés en vue d'élargir la consultation, soit le Rendez-vous du numérique, qui s'est tenu en décembre et le Forum du numérique, qui s'est tenu au début juin 2011.

Les résultats de ces travaux seront analysés par un comité directeur qui regroupe notamment des représentants d'associations professionnelles et d'organismes culturels et qui a pour mandat d'assurer le succès de cette démarche en livrant, au terme de celle-ci, un rapport favorisant le développement des entreprises culturelles dans l'espace numérique.

L'ADISQ a évidemment pris part à toutes ces démarches et entend continuer de contribuer à la réflexion devant mener à un véritable virage numérique pour la culture québécoise.

AGENDA 21C : LA CULTURE À LA CONQUÊTE DE NOUVEAUX ESPACES

LA MINISTRE LANCE UN APPEL À TOUS. L'ADISQ RÉPOND PRÉSENT.

Le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec a lancé à l'automne 2010 une vaste consultation publique afin d'établir un nouveau cadre de référence qui précisera les principes permettant d'intégrer la culture à même le développement durable de la société québécoise : « l'Agenda 21C » ou Agenda 21 de la culture pour le Québec.

Rappelons que l'Agenda 21 est un plan d'action pour le 21e siècle, adopté en 1992 à Rio par 173 chefs d'État lors du Sommet de la terre. Il s'agit d'une véritable feuille de route pour engager les pays sur la voie du développement durable. L'adoption d'un Agenda 21 de la culture signifie que le gouvernement québécois devra tenir compte de la culture dans toutes ses décisions, quel que soit le ministère impliqué.

Dans le cadre de cette consultation, tous les intervenants de l'industrie de la musique ont été invités à prendre part à une réflexion collective qui a eu lieu le 12 mai 2011. Cette rencontre a permis de déterminer la place et le rôle de la musique dans le contexte de l'Agenda 21, de même que les moyens de faire en sorte que la culture devienne un pilier du développement durable, comme le sont déjà les secteurs social, économique et environnemental de la société québécoise. La consultation s'est terminée à la fin mai de 2011, et elle a été suivie par un forum national portant sur l'avenir de la culture au Québec, le 30 mai 2011, en vue de formuler des propositions pour l'établissement de l'Agenda 21C. Cette démarche permettra de mettre en évidence le rôle joué par la culture en tant que levier économique et facteur de cohésion sociale, et de créer de nouveaux liens entre les différents secteurs de la société québécoise.

L'ADISQ participe activement à l'ensemble de la démarche. Sa vice-présidente, Affaires publiques et directrice générale, Solange Drouin, a été nommée par la ministre membre du comité de liaison de l'Agenda 21 et relayeuse du secteur culturel.

REVENTE DE BILLETS DE SPECTACLES : VERS UNE SOLUTION LÉGISLATIVE

LES REPRÉSENTATIONS DE L'ADISQ MÈNENT À UN PROJET DE MODIFICATION À LA LOI.

Le 7 juin 2011, le ministre de la Justice Jean-Marc Fournier a déposé un projet de modification à la *Loi sur la protection du consommateur* visant à interdire la revente de billets de spectacle à un prix supérieur au prix annoncé par le vendeur autorisé. Il s'agissait d'une réponse prompte et efficace aux représentations faites par l'ADISQ au cours des mois précédents, et en particulier depuis son Gala 2010, où la question avait été portée à l'attention du public par l'animateur Louis-José Houde.

En fait, l'ADISQ suit le dossier de près depuis le printemps 2010, à la suite de plaintes de consommateurs et de membres de l'association. L'ADISQ estime que le dépôt du projet de modification à la loi confirme que les revendeurs de billets n'ont aucune valeur ajoutée et qu'ils créent une confusion sur le marché qui leur permet d'abuser des consommateurs. L'absence d'un cadre législatif au Québec a en effet permis aux revendeurs, jusqu'ici, d'opérer en toute tranquillité sur Internet, contrairement à ce que l'on voit dans d'autres provinces et d'autres pays, qui ont déjà mis en place des mesures à cet effet.

Les services de revente par Internet apparaissent généralement en premier lorsqu'on tape le nom d'un artiste ou d'une salle, sur les moteurs de recherche, pour acheter un billet de spectacle. Ils créent de la confusion à plusieurs niveaux : quant aux prix, car ils fixent de façon arbitraire des prix jusqu'à deux ou trois fois plus élevés que ceux des réseaux officiels ; quant à la vraie nature de leurs sites, qui sont similaires aux sites des billetteries officielles grâce à l'utilisation de leurs outils promotionnels ; et quant à la disponibilité des billets, car le revendeur affiche les places pour lesquelles il détient les billets comme étant les seules places disponibles pour un spectacle donné. Cette activité fait d'autant plus mal au secteur du spectacle que les consommateurs pourraient être tentés de limiter leurs achats de spectacles au cours d'une année.

Appuyée par le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine de même que par la SODEC et l'Office de protection du consommateur, l'ADISQ avait officiellement soumis un argumentaire au gouvernement du Québec en décembre 2010. La modification à la *Loi sur la protection du consommateur* permettra d'établir que la pratique d'offrir des billets pour un prix supérieur au prix d'origine est clairement interdite.

LE WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK SE RÉUNIT À CANNES

L'ADISQ ÉTAIT PRÉSENTE À LA DERNIÈRE RENCONTRE ORGANISÉE PAR LE WIN.

Cette année encore, à l'occasion du MIDEM, en janvier, le **Worldwide Independent Network (WIN)** a tenu une réunion rassemblant des représentants d'associations provenant entre autres du Canada, de l'Espagne, de la France, de l'Australie, des États-Unis, de la Nouvelle-Zélande, de l'Allemagne, de l'Autriche et de l'Angleterre.

Depuis maintenant cinq ans, l'ADISQ participe aux travaux de cet important regroupement international de producteurs indépendants ayant pour mission de mettre en contact des associations professionnelles de producteurs de disques et ainsi de permettre la circulation d'information sur les grands enjeux auxquels fait face l'industrie indépendante de la musique.

La rencontre a permis de faire un bilan à jour de l'état de la gestion collective des droits des producteurs indépendants dans le monde et des développements du côté de Merlin ainsi que de SoundExchange. Elle a aussi mis en lumière, grâce à chacune des associations représentées, les différentes actions législatives et judiciaires entreprises en matière de droits d'auteur sur Internet dans chacun des pays concernés.

MONTAGES RADIO : VERS UN NOUVEL ENCADREMENT

LES REPRÉSENTATIONS DE L'ADISQ ONT PORTÉ FRUIT.

Convaincue de l'importance des quotas de musique francophone pour assurer une fenêtre de diffusion viable pour la musique d'ici, l'ADISQ a déposé une plainte au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), en décembre 2010, pour mettre un terme à l'utilisation abusive des « montages » par 11 stations de radio francophones de format « Grands Succès » au Québec.

Cette pratique consiste à qualifier de « montage » une succession de longs extraits de pièces anglophones pour ainsi compter ceux-ci comme une seule pièce musicale aux fins du calcul des quotas de musique vocale de langue française. Elle a pour effet de réduire considérablement la place de la musique de langue française à la radio, ce que confirment d'ailleurs les analyses internes du CRTC.

L'ADISQ avait d'abord effectué plusieurs tentatives infructueuses pour trouver des solutions à la situation, avant de se résoudre à porter le dossier devant le CRTC.

Contre l'esprit de la réglementation

Les démarches de l'ADISQ ont porté fruit. En mars, le CRTC lançait un processus public dans le cadre duquel il entendait questionner la station de Montréal CKOI-FM du groupe Cogeco, et deux stations de Gatineau, CKTF-FM d'Astral et CFTX-FM de RNC Média, sur la pratique des montages. L'ADISQ a participé à la première étape de ce processus public en soumettant le 15 avril une intervention écrite appuyée par d'autres partenaires de l'industrie et proposant des solutions pour mettre un terme à cet abus.

Le processus de consultation a débouché sur des audiences publiques – auxquelles l'ADISQ a également participé – du 17 au 20 mai derniers, audiences durant lesquelles les stations en cause ont dû fournir des explications sur leur utilisation « inappropriée » de montages de pièces anglophones. Entendue lors de l'audience, l'ADISQ a demandé au Conseil l'imposition, aux trois stations à l'étude, de conditions de licence encadrant leur pratique des montages. Pour chaque tranche de quatre minutes d'un montage, l'ADISQ a proposé qu'une pièce musicale soit comptabilisée aux fins du calcul des quotas. Cette mesure permettrait d'éviter que les radios contournent les règles de contenu francophone en calculant comme une seule pièce musicale de longs montages de musique anglophones s'étendant sur une période pouvant aller jusqu'à 55 minutes.

En fait, les chiffres compilés par l'association révèlent qu'aucune des stations commerciales de format Grands succès des marchés de Montréal, Québec, Gatineau, Trois-Rivières et Drummondville n'atteint les niveaux réglementaires. Ces niveaux sont de 65% pour la semaine de radiodiffusion et de 55% pour la période de grande écoute. Les analyses indiquent que les stations se situent en moyenne à 15 points sous le niveau réglementaire pour la semaine de radiodiffusion. Cet écart atteint même 30 points de pourcentage pour une station de Québec. Les écarts aux heures de grande écoute (lundi au vendredi de 6h à 18h) sont encore plus prononcés, à 20 points de pourcentage, en moyenne, sous le niveau réglementaire.

Quant à la nature des extraits assemblés pour créer un montage, l'ADISQ a demandé au CRTC de reprendre en conditions de licences l'ensemble des directives déjà énoncées dans ses avis publics traitant de la question afin de s'assurer que les montages diffusés contribuent à l'atteinte des objectifs du montage tel que formulé par le Conseil, soit notamment de permettre de « découvrir des pièces ou des artistes canadiens qui ne seraient autrement pas mis en ondes ».

Enfin, l'association a rappelé que le recours aux **vrais** montages ne doit pas être considéré comme problématique en soi. En permettant le recours aux montages, le CRTC avait plutôt pour objectif de favoriser la diffusion de pièces musicales, notamment francophones, qui ne seraient pas diffusées autrement. Le recours excessif et abusif à cette technique de programmation pose cependant un énorme problème, que ce soit ou non aux fins délibérées de se soustraire aux obligations réglementaires.

Le CRTC tranche

Prenant fait et cause, le Conseil a finalement demandé à COGECO, Astral et RNC Media de formuler des propositions de solutions visant à réconcilier l'utilisation des montages musicaux avec l'atteinte des objectifs liés à la diffusion de musique vocale francophone, et ce, dans l'attente d'une révision de la politique sur la radio commerciale. Les trois groupes avaient jusqu'au 20 juin pour soumettre leurs propositions au Conseil. L'ADISQ bénéficiera d'une période de 10 jours pour y réagir.

FINANCEMENT DES RADIOS COMMUNAUTAIRES ET DE CAMPUS

UNE INTENTION LOUABLE. UN RÉSULTAT DÉPLORABLE.

Sensible aux problèmes financiers mis de l'avant par les représentants de la radio communautaire et de campus, le CRTC a accordé au Fonds canadien des radios communautaires (FCRC), à l'automne dernier, une partie des contributions financières versées jusqu'ici à Musicaction et à FACTOR par les radios commerciales. Cette redirection de fonds impliquera pour Musicaction une perte nette de 195 000$ par année, soit environ 15% des contributions financières actuelles des radios commerciales à ce fonds.

Bien que l'ADISQ reconnaisse aussi les problèmes financiers auxquels faisaient face les radios communautaires et de campus, elle s'est vivement opposée à ce transfert de fonds dans le cadre de l'examen de la politique. L'ADISQ a rappelé au CRTC que le niveau des contributions financières des radios commerciales dirigées vers Musicaction venait récemment d'être établi après une évaluation approfondie, d'une part, des besoins de l'industrie de la musique et, d'autre part, de la capacité de payer des radios commerciales.

L'ADISQ a donc déploré que le CRTC ait, sans évaluer ces aspects ni envisager d'autres options, décidé de réduire ainsi les fonds de Musicaction. L'association a déposé, conjointement avec la SPACQ, une requête au Gouverneur en conseil afin que celui-ci ordonne au CRTC de tenir une audience publique et de faire rapport sur les impacts des modifications apportées par cette politique réglementaire aux fonds de la FACTOR et de Musicaction.

Malheureusement cette requête n'a pas été entendue par le gouvernement fédéral. Le ministre Moore a signifié à l'ADISQ et à la SPACQ, en novembre dernier, avoir pris note de leurs préoccupations mais qu'il n'entendait pas, pour le moment, accéder à la demande de l'ADISQ que soit tenue une audience publique sur la question.

LE CRTC ÉTUDIE LE PROJET D'ACQUISITION DE COGECO

L'ADISQ APPUIE LA TRANSACTION, MAIS SOUS RÉSERVE.

Le 17 décembre dernier, le CRTC a annoncé qu'il approuvait une transaction permettant à Cogeco de détenir, en plus de la station CFGL-FM, deux autres stations FM dans le marché de Montréal (CKOI-FM et CHMP-FM), soit une de plus que la limite définie dans la politique sur la propriété commune du Conseil pour ce marché.

En contrepartie, le Conseil a assorti cette décision de différentes conditions devant être remplies par Cogeco, telle que la mise en place d'une agence de nouvelles et le versement d'avantages tangibles représentant une somme de 8,8 millions de dollars, dont 3,2 et 2,4 millions seront dirigés respectivement vers Musicaction et le Fonds Radiostar.

Cette décision faisait suite à une audience publique tenue à Montréal en septembre 2010 pour étudier le projet de Cogeco d'acquérir 11 stations appartenant à Corus et réparties dans les marchés de Montréal, Québec, Gatineau, Sherbrooke, Trois-

Rivières et Saint-Jérôme. Le coût de l'acquisition serait de 80 millions de dollars.

Cogeco souhaitait notamment que le CRTC lui permette, pour le marché de Montréal, de détenir trois stations FM dans une même langue, un nombre au-delà de la limite prévue par la politique du Conseil sur la propriété commune. Cogeco proposait également de verser une contribution financière de 7,2 millions de dollars, répartie sur sept ans.

Dans son intervention écrite ainsi qu'au cours de l'audience, l'ADISQ a indiqué qu'elle appuyait cette transaction sous certaines conditions. Par exemple, afin de s'assurer que cette concentration accrue de l'industrie québécoise de la radio ne puisse avoir un effet négatif sur la diversité musicale, qu'elle juge déjà insuffisante, l'association a proposé au CRTC d'imposer à Cogeco différentes obligations afin que ce groupe apporte une contribution supplémentaire à l'amélioration de la diversité musicale dans le marché radiophonique québécois.

ARTISTES ÉMERGENTS : LE CRTC DÉFINIT LE TERME

LA PROPOSITION DE L'ADISQ ET DES RADIODIFFUSEURS EST ACCEPTÉE.

Le 12 mai dernier, le CRTC a enfin rendu publique une politique réglementaire dans laquelle il établit deux définitions d'artistes émergents, une pour le marché francophone et une autre pour le marché anglophone. Ainsi, le CRTC considère maintenant, pour le marché francophone, qu'un artiste canadien émergent de langue française est un artiste qui répond aux critères suivants :

- il s'est écoulé moins de six mois depuis qu'il a reçu un disque d'or selon SoundScan pour un de ses disques ;
- il s'est écoulé moins de 48 mois depuis la mise en marché commerciale de son premier album.

L'ADISQ s'est déclarée grandement satisfaite de ce que le CRTC ait retenu la définition qu'elle lui avait proposée de façon consensuelle avec l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

Selon elle, en identifiant clairement ce qu'est un artiste émergent, le CRTC sera maintenant en mesure de mieux évaluer la présence de ces artistes sur les ondes radiophoniques et ainsi leur assurer une place adéquate.

Cette politique est venue conclure un processus public entamé par le CRTC en 2008.

INDUSTRIE CANADA SONGE ROUVRIR LES RÈGLES DE PROPRIÉTÉ ÉTRANGÈRE

UNE MENACE À NOTRE ESPACE CULTUREL DISTINCT.

Industrie Canada a lancé en juin 2010 une consultation sur un projet de réforme visant à ouvrir davantage le secteur des télécommunications aux investissements étrangers. L'intention du gouvernement du Canada était déjà formulée dans le discours du Trône de mars 2010, au motif que ce changement majeur assurerait aux entreprises canadiennes un accès aux fonds et à l'expertise dont elles ont besoin.

Dans un mémoire conjoint soumis dans le cadre de cette consultation, un regroupement de sept associations du milieu québécois de la musique et de l'audiovisuel s'est opposé vigoureusement à ce projet et a exigé plutôt le maintien des restrictions actuelles à la propriété des entreprises de télécommunications. Le regroupement était composé de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN), la Société du droit de reproduction des auteurs compositeurs et éditeurs au Canada (SODRAC), et l'Union des artistes (UDA).

Soulignant que les industries culturelles produisent des biens uniques, non substituables, et que les chansons, films, séries télé, documentaires ou variétés servent à affirmer notre identité, le regroupement soutient que les industries culturelles, la radiodiffusion et les télécommunications forment désormais un ensemble stratégique. Pour demeurer concurrentiel, cet ensemble convergent doit être encadré par une réglementation qui soit cohérente avec les impératifs de la politique culturelle.

Les signataires du mémoire estiment que ceux qui refusent de voir les liens serrés entre ces trois secteurs d'activités nient l'évidence. Les entreprises de télécommunications et de radiodiffusion sont désormais toutes des véhicules de diffusion et de distribution des œuvres produites par les industries culturelles canadiennes. Ce sont aussi maintenant les mêmes entités corporatives qui regroupent des filiales offrant des forfaits rassemblant des services de télécommunications et de radiodiffusion. Pour les signataires, la richesse, la vitalité et le succès de la production culturelle d'ici attestent déjà de la compétitivité du secteur. Or, ces résultats découlent à la fois des mesures de soutien public et de l'encadrement réglementaire en place.

Plutôt que de favoriser une plus grande compétitivité, l'ouverture au contrôle étranger entraînerait, selon les sept associations, la perte de lieux de décision essentiels à la production et la diffusion d'œuvres émanant de créateurs d'ici et reflétant leurs valeurs et leurs expériences. Sous propriété étrangère, les entreprises de radiodiffusion ou de télécommunications seraient tentées de prioriser le positionnement et l'investissement dans des productions conçues ailleurs. Alors que la réglementation a fait ses preuves en radiodiffusion et en télécommunications et que personne n'a encore démontré les effets positifs d'une éventuelle déréglementation du contrôle étranger, les signataires du mémoire affirment qu'il faut s'interroger sur les véritables raisons motivant cette proposition de réforme. Selon eux, l'ensemble du dossier laisse entendre que celles-ci sont d'ordre purement idéologique et ne reposent pas sur des faits.

Le dossier suit son cours à Ottawa. L'ADISQ et ses partenaires suivent attentivement son évolution.

MOINS DE MUSIQUE À MUCHMUSIC ?
CTV LE SOUHAITE. LE CRTC REFUSE… POUR L'INSTANT.

Le CRTC a refusé, en novembre dernier, d'accorder au télédiffuseur MuchMusic un ensemble des modifications à sa licence qui auraient eu pour effet de modifier de façon significative la nature de ce service.

Le groupe CTV Limited, propriétaire de MuchMusic, souhaitait que le service, qui doit consacrer la totalité de sa programmation à des émissions de musique, voit cette obligation réduite à 75% de sa programmation, et que soite réduit de moitié le temps qu'elle consacre à la diffusion de vidéoclips, qui constituerait dorénavant 25% de sa programmation plutôt que 50%. CTV souhaitait également que soient retirées les conditions de licence obligeant MuchMusic à diffuser un minimum hebdomadaire de vidéoclips francophones. Enfin, l'entreprise souhaitait diminuer de moitié ses contributions financières au fonds MuchFACT, en y consacrant 3,5% de ses revenus bruts plutôt que 7%. Une situation financière en déclin justifiait, selon CTV, cet élargissement de la nature de son service et de son public cible. Le télédiffuseur prétend aussi que la diffusion de vidéoclips, dorénavant accessibles sur Internet, ne lui permet plus de se distinguer.

La Canadian Independant Music Association (CIMA) s'est opposée à ces changements, puisqu'elle n'est pas convaincue de la gravité de la situation financière de MuchMusic et croit toujours à la pertinence d'un tel service. L'ADISQ a appuyé l'intervention de CIMA, en plus de déplorer l'abandon de la diffusion de vidéoclips francophones.

Le Conseil a donc tenu compte de ces représentations dans sa décision, précisant qu'il jugeait plus approprié que de telles demandes de modifications de licence soient traitées dans le cadre du renouvellement de la licence de ce service. Depuis, en février, le groupe CTV a de nouveau soumis au CRTC des demandes similaires, cette fois à l'occasion du renouvellement de la licence du service MuchMusic.

L'ADISQ a encore une fois signifié au CRTC qu'elle s'opposait à de tels changements.

INTERVENTIONS

Liste complète des interventions de l'ADISQ en 2010-2011

Stations de radios commerciales

Objectif : s'assurer que ces stations respectent leurs obligations en matière de diffusion de contenu francophone et canadien et de contributions financières au développement de ces contenus.

- **25-06-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-334 concernant le renouvellement des licences de radiodiffusion de certaines entreprises de programmation de radio qui expirent le 31 août 2010 – Titulaires en non-conformité présumée.
- **12-07-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-347 concernant le renouvellement des licences de radiodiffusion de certaines entreprises de programmation de radio qui expirent le 31 août 2010.
- **23-08-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-487 items 1 et 2, concernant le renouvellement de licences de radiodiffusion appartenant à Astral Media et expirant le 31 août 2010.
- **02-09-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-543 items 1 à 4, concernant la demande de transfert de propriété d'entreprises de programmation de radio commerciale de Corus Entertainment Inc. à COGECO inc.

- **07-09-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-548 item 1, concernant la demande de suppression de la condition de licence relative à la soumission de rapports annuels sur la diversité musicale pour des stations de radio appartenant à Astral Media.
- **22-12-10** – Plainte au CRTC contre 11 stations de radio : L'ADISQ dénonce une pratique qui a pour effet de réduire drastiquement la place de la musique francophone à la radio.
- **15-04-11** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-188, partie 2, article 5, concernant le renouvellement de licence de radiodiffusion de la station CIPC-FM Port Cartier – Titulaire en non-conformité présumée.
- **15-04-11** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-188, partie 1, articles 1 à 3, concernant le renouvellement des licences de radiodiffusion des stations CKTF-FM Gatineau et de CFTX-FM Gatineau (titulaires en non-conformité présumée) et l'apparence de non-conformité de CKOI-FM Montréal relativement à la diffusion de musique vocale de langue française.

Services de radio satellite par abonnement

Objectif : s'assurer que ces services respectent leurs obligations en matière de diffusion de contenu francophone et canadien et de contributions financières au développement de ces contenus.

- **07-02-11** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-6 concernant la demande d'autorisation en vue de modifier le contrôle de CSR et Sirius dans le cadre d'une transaction de fusion.

Services de télévision spécialisés

Objectif : s'assurer que ces entreprises, par la présentation de vidéoclips et d'émissions de télévision consacrées à la musique, contribuent au rayonnement de l'industrie musicale canadienne et francophone à travers le pays.

- **25-06-10** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-301 – modifications de licence du service MuchMusic.
- **09-02-11** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-952 concernant le renouvellement des licences des entreprises nationales de programmation d'émissions spécialisées MuchMusic et Much More Music.

FINANCEMENT DES ENTREPRISES

QUÉBEC

3,5 M$ DE PLUS POUR L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

UNE ANNONCE SALUÉE PAR L'ADISQ.

La ministre Christine St-Pierre a profité de son passage aux Rencontres québécoises de l'industrie de la musique, en avril dernier, pour annoncer qu'un financement supplémentaire de 3,5 M$ sera alloué à la SODEC pour le milieu québécois de la musique. Immédiatement après l'annonce de la ministre, l'ADISQ a salué ce geste d'encouragement et d'appréciation envers les artistes, les travailleurs et les entreprises de tout le milieu de la musique québécoise.

Cette somme supplémentaire sera répartie entre les différents volets du programme d'aide aux entreprises en musique : 2 millions $ pour la circulation de spectacles de chanson francophone au Québec et à l'international ; 500 000 $ pour la promotion de spectacles ; et 1 million $ pour la mise en œuvre de projets numériques.

Les sommes supplémentaires allouées aux tournées locales et internationales d'artistes et de groupes québécois, de même qu'à la promotion des spectacles, contribueront au rayonnement international des artistes et de la culture québécoise, de même qu'à la diversification de l'offre culturelle en région. Les sommes disponibles pour la mise en œuvre de projets numériques permettront aux entreprises québécoises de continuer à s'adapter à l'univers numérique et de s'y démarquer.

L'ADISQ fait valoir depuis plusieurs années la nécessité que soient envisagés un rehaussement et une récurrence de l'aide québécoise et des mesures fiscales pour le secteur de la musique. Cette annonce constitue une autre étape très encourageante pour la poursuite de ce dossier.

ALLOCATION DES SOMMES SUPPLÉMENTAIRES NON RÉCURRENTES
SODEC – GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

	2007-2008 2 millions $	2008-2009 5 millions $	2009-2010 2 millions $	2010-2011 2 millions $	2011-2012 3,5 millions $
Spectacle					
Aide à la tournée nationale	500 000 $	850 000 $	500 000 $	500 000 $	2 000 000 $*
Aide à la tournée internationale	500 000 $	1 050 000 $	500 000 $	500 000 $	Voir (note1)
Programme d'aide à la promotion et à la mise en marché du spectacle	500 000 $**	750 000 $***	500 000 $	500 000 $	500 000 $
Aide spectacle CÉGEP	Nil	50 000 $	Nil	Nil	Nil
Sous-total	**1 500 000 $**	**2 700 000 $**	**1 500 000 $**	**1 500 000 $**	**2 500 000 $**
Numérique					
Programme pilote additionnel aux activités en nouveaux médias	500 000 $	2 200 000 $	500 000 $	500 000 $	1 000 000 $
Sous-total	500 000 $	2 200 000 $	500 000 $	500 000 $	1 000 000 $
TOTAL	**2 000 000 $**	**4 900 000 $**	**2 000 000 $**	**2 000 000 $**	**3 500 000 $**

* Pour 2011-2012, la somme de deux millions $ est allouée aux programmes d'aide à la tournée nationale et d'aide à la tournée internationale, mais nous n'avons pas la répartition envisagée entre les deux programmes.

** Ajout PADISQ – promotion spéciale.

*** Dont 250 000 $ pour le projet promotion Montréal.

AIDE À LA TOURNÉE INTERNATIONALE DE LA SODEC

LA SODEC INSTAURE DE NOUVEAUX CRITÈRES.

Face à des besoins qui excèdent les fonds disponibles, la SODEC a annoncé en mai 2010 qu'elle allait resserrer les critères d'admissibilité du volet « tournées de spectacles hors Québec » de son programme d'aide à l'exportation et au rayonnement culturel.

La SODEC traite chaque année un volume croissant de demandes pour le financement de tournées internationales d'artistes québécois. C'est là une bonne nouvelle qui indique que les artistes québécois sont plus présents sur les marchés internationaux – mais c'est aussi une pression additionnelle pour l'organisme, dont les fonds disponibles n'ont pas augmenté en proportion du nombre de demandes.

Ces trois dernières années, des fonds supplémentaires avaient permis de bonifier non seulement l'enveloppe budgétaire du volet d'aide destinée à la tournée internationale, mais également les budgets des volets d'aide à la tournée nationale, et d'aide à la promotion et à la mise en marché de spectacles. C'est également grâce à ces fonds supplémentaires que le programme d'aide aux activités en nouveaux médias a été implanté. L'ADISQ continue d'effectuer des démarches afin que des fonds totalisant cinq millions de dollars soient disponibles de façon récurrente pour financer tous ces programmes de la SODEC.

Les nouveaux critères ont été développés en collaboration avec l'ADISQ et sont disponibles sur le site de la SODEC, au www.sodec.gouv.qc.ca.

PROGRAMMES DE CRÉDIT D'IMPÔT

L'ADISQ SOUMET UN PROJET DE BONIFICATIONS.

L'ADISQ a présenté en juin 2010 à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine une proposition de modifications aux programmes de crédits d'impôt remboursables pour la production d'enregistrements sonores et pour la production de spectacles.

La proposition porte sur l'ajout de trois bonifications cumulatives du taux de crédit d'impôt, comme il en existe déjà dans les programmes qui soutiennent la production de titres multimédias et la production cinématographique et télévisuelle.

Certaines productions, en effet, rencontrent des défis supplémentaires par rapport à d'autres types de productions présentant un niveau de risque moins élevé. C'est le cas pour les productions de langue française, celles d'artistes de la relève et celles présentant du contenu original. Il faut donc encourager les investissements dans ces productions, et les programmes de crédit d'impôt sont des outils idéaux pour le faire, car ils assurent aux entreprises une base de financement stable et prévisible.

La proposition a été accueillie avec grand intérêt par la ministre Christine St-Pierre qui a pris connaissance de l'argumentaire rédigé par l'ADISQ.

LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE SE PENCHE SUR LES MÉDIAS NUMÉRIQUES

DES ENJEUX DÉTERMINANTS POUR LES INDUSTRIES CULTURELLES.

Les membres du Comité permanent du Patrimoine canadien ont pris connaissance des témoignages qui leur ont été livrés de mars à juin 2010 par différents intervenants, sur la question des médias numériques et émergents. Ces intervenants incluent notamment des libres penseurs, des chercheurs, des consommateurs et des représentants d'organismes culturels. Les travaux du Comité portent sur l'impact de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles canadiennes, et sur ce que les institutions fédérales peuvent faire pour les aider à en tirer profit.

Des points de vue divergents ont émergé de ces discussions. Les tenants de la gratuité totale et de l'accès sans limites s'opposent à ceux qui prônent un développement plus ordonné favorisant la création, la promotion et le renouvellement des contenus créatifs canadiens. L'étude du Comité sera déterminante pour l'avenir des créateurs de contenus et des industries culturelles canadiennes, et elle aura une influence sur la stratégie du gouvernement. Ce dernier doit-il intervenir dans ce secteur? Par l'adoption de quelles politiques? Comment s'assurer que les créateurs de contenus sont convenablement rémunérés pour leur travail? Que faire pour doter les Canadiens des compétences voulues pour leur faciliter l'accès aux médias numériques? Quel sera l'impact des changements aux règles régissant la propriété étrangère sur le contenu et la culture canadienne?

L'ADISQ a suivi ce dossier de près et a elle-même déposé un mémoire en juin 2010. Le Comité permanent du Patrimoine canadien a publié son rapport *Médias numériques et émergents : les possibilités et défis en février 2011*. L'ADISQ continue de suivre le dossier.

INTERVENTIONS

FINANCEMENT DES ENTREPRISES

- L'ADISQ a participé, à la fin de janvier 2011, aux consultations prébudgétaires menées par le ministère des Finances du Québec, afin de présenter les besoins prioritaires de l'industrie et le projet de bonifications aux programmes de crédit d'impôt.
- Au Québec, l'ADISQ poursuit ses démarches pour obtenir la récurrence de l'aide supplémentaire de cinq millions de dollars.
- L'ADISQ a participé aux travaux de Musicaction portant sur la révision des règles concernant les groupes d'entreprises apparentées.
- Par sa présence au sein des conseils d'administration de Musicaction et du Fonds Radiostar, l'ADISQ participe aux révisions continues des programmes pour les adapter aux mutations que vit le monde de la musique.
- Sur la scène municipale, l'ADISQ poursuit sa participation au projet à vocation culturelle du Quartier des spectacles de Montréal. Le projet a pris forme en 2003 à l'initiative de l'ADISQ, présidée alors par Jacques Primeau. Sa mise en œuvre est assumée par le Partenariat du Quartier des spectacles.

LOI C-32 SUR LE DROIT D'AUTEUR : DE RETOUR APRÈS LA PAUSE ?

LE PROJET EST ENCORE STOPPÉ PAR DES ÉLECTIONS.

Les travaux du Comité législatif chargé d'étudier le projet de loi C-32 devant modifier le droit d'auteur au Canada ont été de nouveau stoppés par des élections fédérales ce printemps dernier. C'est la troisième fois que le processus de révision du droit d'auteur au Canada est freiné par des échéanciers électoraux. Cette fois-ci, il s'est écoulé moins de neuf mois avant qu'on ne doive appuyer sur *Pause,* puisque les ministres du Patrimoine canadien et d'Industrie Canada avaient déposé le projet de loi au parlement le 3 juin 2010.

Plusieurs associations et regroupements d'ayants droit avaient cependant eu le temps de comparaître devant le Comité législatif, en mars, pour faire entendre leurs préoccupations à l'endroit du projet de loi. L'ADISQ a quant à elle comparu le 1er mars, aux côtés de la SOCAN, de la Guilde des musiciens et de la Songwriter Association of Canada (SAC), pour expliquer aux parlementaires présents combien le projet de loi, dans sa forme proposée, fragilisait la situation déjà critique du secteur de la musique plutôt que de contribuer à l'améliorer. L'ADISQ a fait valoir à quel point la question des droits d'auteur est centrale pour les petits marchés que sont le Québec et le Canada à l'échelle mondiale, et surtout son importance pour un réel épanouissement de ces marchés.

Confusion d'objectifs

Par son projet, qui ressuscitera sans doute de ses cendres dans les prochains mois, le gouvernement dit vouloir assurer aux Canadiens un libre accès à leurs contenus culturels, et notamment à leur musique. Cependant, sous prétexte de rétablir un équilibre entre consommateurs et ayants droit, il semble confondre libre accès et accès gratuit. L'ADISQ est en effet

Suite… >

convaincue que les moyens préconisés dans le projet de loi contribueront à accentuer le déséquilibre existant, au détriment des ayants droit. Par exemple, le gouvernement reconnaît enfin qu'il est illégal de s'adonner à l'échange de fichiers P2P au Canada. Mais, dans le même souffle, il fixe des dommages préétablis de 100$ à 5000$ pour les internautes qui s'approprient illégalement de la musique. Cette dernière mesure lance un message très négatif sur la valeur de la musique, puisqu'il est techniquement possible, pour un internaute, de s'approprier et de partager illégalement des milliers d'œuvres en ne s'exposant qu'à des dommages de 100$ à 5000$. Autre élément : le fait de briser une serrure numérique appliquée sur un enregistrement sonore protégé constituerait une violation de droit d'auteur. Or, l'industrie musicale a d'ores et déjà largement délaissé ces mesures de protection. Les effets de cette disposition risquent donc de demeurer théoriques.

Le projet de loi soulève d'autres importantes préoccupations. Les dispositions sur la reproduction de musique pour usage privé, par exemple, mettent sérieusement en péril le régime de copie privée. Ne pas reconnaître l'extension du régime aux enregistreurs audionumériques, tels que les iPod, constitue une expropriation pure et simple du droit des créateurs de contenu. Toujours en matière de reproduction, les dispositions prévoyant ni plus ni moins l'abolition du droit de reproduction en vue de la radiodiffusion de musique constituent un net recul. La notion d'utilisation équitable en éducation est également très inquiétante : elle ouvre une grande porte, sans véritable contrôle possible, à l'échange non autorisé de fichiers protégés.

Enfin, en banalisant le rôle des fournisseurs d'accès Internet et en les déresponsabilisant, le gouvernement demande encore au milieu culturel d'accepter que ses œuvres circulent librement sans que ces entreprises, qui tirent d'énormes revenus de cette activité, ne les partagent avec lui.

L'ADISQ reconnaît l'effort déployé par le gouvernement pour adapter la loi aux progrès technologiques et l'aligner sur les normes internationales actuelles. Elle trouve louable le souci d'établir un équilibre entre les intérêts des créateurs de contenu et ceux des Canadiens utilisant les technologies numériques. Mais l'association s'interroge sur le réel équilibre que le projet met en place. En fait, l'ADISQ est plutôt convaincue que les moyens préconisés dans le projet de loi contribueront à accentuer le déséquilibre existant, au détriment des ayants droit.

La loi sur le droit d'auteur devait être revue. Mais le projet de loi C-32 n'est pas la réponse que le milieu attendait.

De retour après la pause.

Représentation

- Malgré l'arbitrage, toujours pendant, devant la Commission du droit d'auteur pour l'établissement du taux des redevances mécaniques prévu dans l'entente-cadre et à être versées aux auteurs par les maisons de disques membres, l'ADISQ a tenté, en vain, de poursuivre les négociations avec la Sodrac. Devant cet échec, elle a décidé de déposer une autre demande d'arbitrage, devant un arbitre de différend cette fois, quant à l'interprétation de la clause de la nation favorisée incluse dans l'entente-cadre. De cette manière, l'ADISQ tente de récupérer auprès de la Sodrac la différence entre les redevances payées par les membres de l'ADISQ et ce que les membres de la CRIA ont versé pour les années 2000 à 2008.
- L'ADISQ a participé et collaboré tout au long de l'année aux travaux de la Coalition des ayants droit musicaux sur Internet (CAMI), notamment dans le contexte de la révision de la Loi sur le droit d'auteur.

PRODUCTEUR OU DIFFUSEUR ? LA CRT REND SON VERDICT.

LE MILIEU S'EN RÉJOUIT. L'UDA VEUT RELANCER LE DÉBAT.

Le 8 novembre 2010, la Commission des relations de travail (CRT) rejetait, à la grande satisfaction des artistes, des producteurs et des diffuseurs en arts de la scène, des griefs de l'UDA enjoignant des festivals d'assumer la fonction de « producteur » de tous les spectacles inclus à leur programmation. Pourtant, en décembre 2010, l'UDA a déposé à la Cour supérieure une requête lui demandant de réviser cette décision.

Cette affaire est en lien avec plus de cinquante griefs, tous contestés, que des festivals ont reçus de l'UDA depuis 2006, leur ordonnant de verser des cotisations et de déposer des contrats syndicaux pour chacun des artistes ayant participé aux spectacles inclus à leur programmation. Plutôt que d'accepter un règlement jugé équitable et réaliste par tous les intervenants concernés en 2008, l'UDA choisissait de demander à la CRT de déclarer Coup de cœur francophone, les Francofolies de Montréal et le Festival international de jazz de Montréal « producteurs » de tous les spectacles inclus à leurs éditions 2006 et 2007, et de suspendre les griefs des autres festivals en attendant l'issue de cette cause type.

L'Association des compagnies de théâtre (ACT), l'ADISQ, l'Association des producteurs de théâtre privés (APTP), Festivals et Événements Québec (FEQ), RIDEAU, Théâtres associés Inc. (TAI) et Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ) n'ont eu d'autre choix que d'intervenir à l'encontre des prétentions de l'UDA auprès de la CRT, tout comme ils l'avaient fait, il y a plus de 10 ans, lorsque l'UDA avait déposé une requête visant à faire déclarer RIDEAU « association de producteurs ».

Au cours des 18 mois d'enquête que la CRT a menés dans cette affaire, la trentaine de personnes appelées à témoigner devant elle se sont toutes inscrites en faux contre les prétentions de l'UDA, notamment les artistes vedettes, gérants d'artistes, concepteurs, musiciens et chanteurs accompagnateurs, directeurs de tournée, producteurs de spectacles, agents de spectacles et diffuseurs de spectacles (spécialisés ou pluridisciplinaires) venus lui expliquer leur réalité. La CRT a également reçu en preuve des centaines de documents illustrant notamment combien l'achat de spectacles de producteurs par des diffuseurs constitue, au Québec comme à l'étranger, la base de la circulation des arts vivants dans toutes leurs disciplines.

Pour le milieu, la décision unanime et motivée de 60 pages de la CRT est d'une rigueur impressionnante qui ne néglige aucun des aspects du litige qui consistait à déterminer, pour chacun des spectacles sous étude, si les festivals avaient ou non agi comme producteur. La preuve a révélé qu'à l'exception de quelques spectacles (ex. : « La petite école du jazz » au FIJM), les festivals ont négocié la présentation de spectacles déjà créés (« clé en main ») comme le font tous les diffuseurs, et ont accueilli les artistes et leurs équipes sans avoir transigé avec les créateurs et les interprètes, organisé les répétitions, supervisé les prestations ni eu le droit de vendre ou de distribuer les spectacles comme le font leurs producteurs.

Dans ses procédures attaquant la décision de la CRT, l'UDA tente notamment de convaincre la Cour supérieure que la CRT a violé des règles de justice naturelle en refusant d'entendre l'historique d'un conflit ayant opposé l'UDA, dans les années 1980 et 1990, à deux des festivals impliqués. Or, la CRT a bel et bien entendu toute cette preuve, mais elle ne l'a pas jugée pertinente pour décider du litige. De plus, l'UDA omet dans ses procédures de verser l'ensemble de la preuve pertinente soumise à la CRT, et l'interprétation qu'elle veut donner à certains extraits de cette preuve, isolés de leur contexte, ne correspond pas, et de loin, à ce que la CRT a entendu.

Selon les procureurs des associations qui appuient la décision de la CRT, dont l'ADISQ, FEQ, RIDEAU et TUEJ, la CRT est un tribunal spécialisé ayant rendu une décision parfaitement bien fondée en faits et en droit, et il est à prévoir que la Cour supérieure n'accueillera pas la requête de l'UDA.

Malheureusement, le milieu doit encore consacrer de précieuses ressources à débattre devant les tribunaux les notions de producteur et de diffuseur qui font pourtant consensus ici comme ailleurs dans le monde. Dans le contexte où les défis à relever sont toujours plus importants pour que le milieu québécois des arts de la scène demeure vivant, les intervenants concernés croient avoir beaucoup mieux à faire, avec l'UDA, pour nos artistes.

STATUTS DE SALARIÉ ET DE TRAVAILLEUR AUTONOME

L'ADISQ DÉFEND LA COHÉRENCE DES RELATIONS DE TRAVAIL EN MILIEU CULTUREL.

L'ACT, l'ADISQ, l'APC, TAI et TUEJ ont déposé à l'automne 2010 un mémoire commun à la Cour d'appel, dans le cadre de procédures engagées par l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS). Ces procédures visent à en appeler d'un jugement de la Cour supérieure confirmant que l'artiste salarié est bel et bien exclu du champ d'application de la Loi québécoise sur le statut de l'artiste (LSA).

Le 15 décembre 2009, la Cour supérieure avait accueilli la demande des cinq organisations d'annuler une décision de la CRAAAP de 2008 qui avait conclu, contre toute attente, que la LSA s'appliquait tant aux artistes salariés qu'aux artistes travaillant à leur propre compte. L'ADISQ et ses partenaires avaient fait valoir à la Cour que la décision de la CRAAAP était contraire aux dispositions de la LSA, à son historique et à sa jurisprudence, ce que le jugement de la Cour allait confirmer.

Malgré cette victoire sans équivoque, l'AQTIS a choisi de mobilisé de nouveau le milieu culturel en Cour d'appel sur cette question cruciale. Pour les associations de producteurs, les prétentions de l'AQTIS dans cette affaire minent notamment la cohérence, la stabilité et la validité des ententes collectives qu'elles ont négociées au bénéfice d'artistes non salariés.

TOUS UNIS POUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ EN ARTS DE LA SCÈNE

LE MILIEU ADOPTE SON PLAN D'ACTION.

Après plusieurs mois de discussions, la *Table de concertation en santé et sécurité du travail en arts de la scène* a adopté cette année son plan d'action pour favoriser la prise en charge de la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles par le milieu.

La mise en œuvre du plan sera réalisée par les organismes membres de la Table, dont l'ADISQ, qui contribuera notamment à la création d'une « aide à la décision » pour l'annulation d'un spectacle extérieur et d'un « aide-mémoire » à l'usage du personnel des producteurs et des diffuseurs visant à mieux encadrer la main-d'œuvre locale, incluant les bénévoles, qui accueille un spectacle.

Créée en 2005 par la CSST et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF), la Table de concertation réunit notamment des représentants des milieux patronaux et syndicaux. Son mandat est d'élaborer et de mettre en œuvre les moyens de soutenir les employeurs et les travailleurs dans l'élimination des dangers lors des répétitions, sur la route, sur la scène et en coulisse. En 2009, elle contribuait notamment à la publication d'un Guide de prévention publié par la CSST et intitulé *Quand la prévention entre en scène, chacun a son rôle à jouer*.

Représentations

Relations de travail

- L'ADISQ a poursuivi ses négociations avec des associations d'artistes en vue notamment de moderniser les ententes collectives québécoises applicables à la production de disques et d'œuvres audiovisuelles connexes.
- L'ADISQ a continué d'offrir à ses membres un soutien dans la gestion des ententes collectives leur étant applicables et de favoriser la résolution de griefs d'associations d'artistes.
- L'ADISQ a continué d'assurer la représentation de ses membres auprès de différentes instances, notamment le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, suite aux modifications apportées en 2009 à la législation québécoise sur le statut de l'artiste.
- L'ADISQ a continué d'offrir à ses membres, en collaboration avec le Centre patronal en santé et sécurité du travail, un soutien dans la gestion de leurs obligations en santé et sécurité du travail, par exemple pour déterminer le statut de travailleur ou de travailleur autonome de personnes dont ils retiennent les services.
- L'ADISQ a élaboré, avec Diffusion Inter-Centres et Réseau Scènes, un modèle d'Addenda aux contrats de diffusion de spectacles à la suite d'interventions de la CSST dans certaines salles. Destiné aux producteurs et aux diffuseurs, cet outil est complémentaire au modèle de contrat de diffusion ADISQ-RIDEAU.

QUELLES SONT LES COMPÉTENCES POUR RÉUSSIR EN 2011 ?

L'ADISQ CIBLE LES NOUVEAUX BESOINS DE L'INDUSTRIE.

Près d'une cinquantaine de membres de l'ADISQ ont participé, de janvier à avril, à une vaste consultation portant sur les compétences requises en 2011 pour travailler avec succès dans l'industrie du disque et du spectacle. Des groupes témoins ont permis de réunir des représentants des professions suivantes : producteurs et éditeurs de disques, gérants d'artistes, producteurs et agents de spectacles, spécialistes des communications et des relations de presse, diffuseurs, et administrateurs de diverses entreprises.

La dernière étude datait déjà de 2002, alors que le numérique n'avait pas encore révolutionné les façons de faire et les modèles d'affaires. L'étude avait alors permis la mise en place du programme de formation professionnelle de l'ADISQ, qui vient de terminer sa huitième année. Des chartes et des profils de compétences avaient ensuite été développés pour les métiers d'agent d'artistes, d'agent et de producteur de spectacles, de même que pour les fonctions de développement, de mise en marché et de distribution de la musique (maison de disque).

Les résultats de la nouvelle étude, qui ont été tout d'abord présentés aux membres du comité de formation continue de l'ADISQ, seront utilisés pour mettre à jour le contenu des formations offertes dès cet automne. C'est le financement du Fonds de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre d'Emploi-Québec, et l'appui du Conseil québécois des ressources humaines en culture qui ont permis de réaliser cette consultation et

Suite… >

d'offrir une compensation salariale aux entreprises admissibles.

Des reprises et des nouveautés

En parallèle, l'ADISQ a poursuivi le déploiement de son actuel programme de formation en 2010-2011, grâce au partenariat établi avec Emploi-Québec, le Conseil québécois des ressources humaines en culture et Patrimoine canadien. À noter que trois nouvelles activités de formation à caractère juridique (Jur-04, Jur-05 et Jur-14) ont été reconnues par le Barreau du Québec, dans le cadre de son règlement sur la formation continue obligatoire des avocats. Ces nouvelles reconnaissances portent à cinq le nombre de formations reconnues par le Barreau du Québec.

Pas moins de 207 participants ont pris part à l'une ou l'autre des 18 sessions offertes cette année, pour un total de 84 heures, avec une moyenne de 12 participants par activité, ce qui est supérieur à la moyenne des autres années. Outre les reprises de formations offertes les années précédentes, trois nouveautés se sont ajoutées cette année, soit *Gestion de crise*, *Mise à jour importante sur la Loi sur le statut de l'artiste* et *Approche pratique des sociétés de gestion*. La formation sur le marketing numérique a été remaniée et remplacée par une formation portant sur la stratégie marketing et les communications Internet pour la session offerte à l'hiver 2011. Signalons que les participants provenant de l'extérieur de Montréal pouvaient obtenir le remboursement de leurs frais de déplacement et d'hébergement sous certaines conditions.

FORMATION

Contenus développés à ce jour :

- 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
- Information générale 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
- L'éditeur musical et le contrat de préférence ou d'exclusivité à l'intention des auteurs-compositeurs-interprètes
- Les obligations des producteurs de disques, de spectacles, de vidéoclips et de DVD en matière de sécurité au travail (niveaux 1 et 2)
- Cotisations à la CSST (taux à l'unité)
- Cotisations à la CSST (taux personnalisé)
- 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)
- La promotion numérique (secteur du disque et du spectacle québécois)
- Campagne publicitaire et partenariat médias dans le secteur du disque et du spectacle
- Le financement des événements et la gestion des commandites
- Travailler avec la France : outils et stratégies pour développer son projet en France
- La gestion de crises
- Le soutien au porte-parole
- Approche pratique des sociétés de gestion
- Le marketing de la musique dans un environnement Web 2.5
- Stratégie marketing et communications Internet.

GALA DE L'ADISQ : MISSION ACCOMPLIE.

L'ADISQ DRESSE UN BILAN POSITIF DE SA 32E ÉDITION.

Animé par Louis-José Houde, le 32e Gala de l 'ADISQ a été présenté le 7 novembre 2010 au Théâtre St-Denis. Diffusé en direct à la Télévision de Radio-Canda, le gala a, en moyenne, rejoint cette année 1 155000 téléspectateurs.

Présenté le 1er novembre, L'Autre Gala de l'ADISQ, animé par Rémi-Pierre Paquin et diffusé en simultané sur les chaînes MusiquePlus et MusiMax, puis rediffusé le week-end du gala, a atteint quant à lui des cotes d'écoute de 84000 téléspectateurs. Une nouveauté à souligner: le Gala de l'Industrie a été diffusé pour une première année sur le web. Près de 1000 internautes ont visionné ce gala via webpresse.ca. Ce dernier, animé par Claudine Prévost, a été présenté juste avant L'Autre Gala de l'ADISQ et a permis de rendre hommage aux artistes, producteurs et professionnels qui donnent vie à la chanson, à la musique et à l'humour d'ici.

Encore une fois cette année, le gala a réuni de grands noms de notre paysage musical actuel en mettant en scène Les Trois Accords, Marie-Mai, Fred Pellerin, Cœur de pirate, Alain Lefèvre, Elisapie Isaac, Marc Hervieux et Maxime Landry. Du côté de L'Autre Gala de l'ADISQ, c'est Radio Radio, Damien Robitaille, Bernard Adamus et Vincent Vallières qui ont assuré les performances musicales de la soirée.

La Semaine de toutes les musiques

La semaine précédant le gala, la Radio de Radio-Canada et Radio-Canada.ca ont fait rayonner la musique d'ici et la cuvée 2010 des artistes en nomination en présentant, entre autres, des émissions spéciales animées par des passionnés de notre chanson, soit Monique Giroux, Claude Saucier, François Dompierre, Jacques Beaulieu, Catherine Perrin et Rebecca Makonnen.

Puis, à partir du 25 octobre, MusiquePlus et MusiMax ont teinté l'ensemble de leur programmation aux couleurs des nominations du Gala et de L'Autre Gala de l'ADISQ. Dans le cadre de la Semaine de toutes les musiques, les deux réseaux ont offert une place toute spéciale aux artistes en nomination à travers leurs émissions, notamment *La Playlist*, *Palmarès* et *L'Univers MusiquePlus*.

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

Louis-José Houde

Alain Lefèvre

Marie-Mai et Fred St-Gelais

Elisapie Isaac et Fred Pellerin

Maxime Landry et Marc Hervieux

Les Trois accords et Coeur de pirate

Près de 300 mises en nominations

Cette année, pas moins de 275 mises en nomination ont été annoncées dans le cadre des trois galas. Plus de 117 artistes et plus de 85 producteurs et professionnels ont fait l'objet de ces nominations.

L'ADISQ constate, une fois de plus, que le taux de recensement enregistré au cours des dernières années s'est maintenu. En effet, les nominations dévoilées provenaient du recensement de 186 albums, 55 spectacles, 35 vidéoclips et 10 émissions de télévision, pour un total de 286 produits recensés pendant la période du 1er juin 2009 au 31 mai 2010. L'an dernier, 295 produits avaient été recensés.

Rappelons qu'il existe plusieurs modes pour déterminer les nominations et les gagnants des Félix selon la nature des catégories. Pour certaines catégories de Félix, les nominations et les gagnants sont déterminés par des jurys spécialisés, dont les membres sont sélectionnés en fonction de leurs connaissances approfondies des secteurs concernés ou encore par un vote de l'Académie, qui regroupe plus de 800 personnes. L'Académie est constituée des compagnies membres de l'ADISQ (chacune représentée par deux délégués), par les jurés ainsi que par les directeurs musicaux des stations de radio commerciales de langue française inscrites au magazine LE Palmarès.

Ce vote de l'Académie, combiné à un vote du public effectué en parallèle, détermine aussi les nominations et les gagnants des catégories soumises au vote populaire, soit Interprètes féminine et masculin, Groupe et Chanson de l'année. Pour le vote servant à élire le Groupe, l'Interprète féminine et l'Interprète masculin de l'année, Radio-Canada.ca/adisq a agi à titre de réseau principal de vote et la population a aussi pu voter par le biais des journaux du réseau Gesca.

De grands commanditaires

La radio satellite SIRIUS et ROGERS ont été au rendez-vous, encore une fois, à titre de grands partenaires de cette célébration. Ils ont été aussi, chacun à leur tour, présentateurs des deux grands votes populaires. Air Canada, qui s'est associée à l'événement pour une première fois, faisait aussi partie des commanditaires du gala.

L'ADISQ souhaite également remercier ROGERS, XM Canada et Le Fonds Harold Greenberg pour leur soutien à L'Autre Gala de l'ADISQ, ainsi que Patrimoine canadien et la SODEC pour leur contribution à cette vaste promotion.

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut : Vincent Vallières, Alain Lefèvre, Rémi-Pierre Paquin, Radio Radio, Bernard Adamus, Damien Robitaille.

PROMOTION

PROMOTION COLLECTIVE

Un Félix qu'est-ce que ça rapporte ? Chaque année, une augmentation notable des ventes d'albums des artistes récompensés lors des galas de l'ADISQ est observée après la diffusion des galas. Rappelons qu'au cours des dernières années, les artistes qui ont remporté un Félix ont vu, en moyenne, leurs ventes augmenter de 125 % pour le Gala du dimanche et de 80 % pour L'Autre Gala durant la semaine suivant leur diffusion. Pour plusieurs, ces augmentations sont encore notables des semaines après les événements.

MIDEM 2011 : LE QUÉBEC BIEN REPRÉSENTÉ

UNE PRÉSENCE SIGNIFICATIVE DANS UN ÉVÉNEMENT EN TRANSITION.

Le Marché international de la musique (MIDEM), qui avait lieu à Cannes en janvier dernier, s'est terminé sur une note positive malgré une baisse de participation globale de 15% par rapport à l'an dernier (on signale toutefois une augmentation de 30% de la fréquentation pour le secteur de l'édition et de celui des entreprises de technologie).

En phase avec les changements qui touchent toute l'industrie de la musique, l'événement a de nouveau été l'objet de plusieurs modifications cette année. Ces changements ont notamment impliqué le déménagement de plusieurs stands, dont celui du Québec. L'ADISQ a négocié avec l'équipe du MIDEM afin d'obtenir le meilleur emplacement possible, cette fois dans la

Suite... >

section Riviera au deuxième étage du salon. Comme chaque année, elle a aussi revu l'aménagement du stand et profité de l'occasion pour repenser la structure complète des services offerts.

Une quarantaine de délégués québécois étaient du voyage et ont été présents au stand du Québec. Rappelons qu'une nouvelle structure de tarification, adoptée il y a deux ans, permet désormais aux délégués québécois, membres ou non de l'ADISQ, de s'inscrire au stand Musique du Québec et de bénéficier des nombreux avantages qui y sont associés, et ce, à un coût à peine plus élevé que s'ils s'inscrivaient directement au MIDEM sans les services offerts au stand. Cette nouvelle structure permet aux participants québécois de conserver une bannière collective bilingue représentant l'offre québécoise, et ainsi d'assurer une visibilité au dynamisme de notre industrie.

Dans un contexte de mondialisation des marchés, et compte tenu du fait que les producteurs indépendants québécois sont responsables de 95 % des sorties d'albums d'artistes québécois – ce en quoi notre marché est unique dans le monde –, la participation des membres de l'ADISQ aux foires internationales demeure essentielle. C'est pourquoi, depuis sa création, l'ADISQ assume la responsabilité de l'organisation du stand collectif du Québec au MIDEM, sous la bannière Musique du Québec. On doit notamment à ses efforts la présence de plus en plus grande et fructueuse d'artistes québécois sur les marchés européens et internationaux.

Les entreprises québécoises ont participé au MIDEM 2011 grâce à la collaboration de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC). Leur présence a été aussi soutenue par le ministère du Patrimoine canadien.

MISSION FRANCO-QUÉBÉCOISE : UNE ACTIVITÉ DE RÉSEAUTAGE RÉUSSIE

DIX ENTREPRISES FRANÇAISES EN SOL QUÉBÉCOIS.

Le 7 mars 2011 s'est réunie à Montréal une mission franco-québécoise organisée par Ubifrance (mission économique de l'ambassade de France) et l'ADISQ.

Cette activité avait pour but de développer et de consolider des liens d'affaires entre des maisons de disques québécoises et des maisons de disques françaises. Au total, 10 entreprises françaises et plus d'une quarantaine d'entreprises québécoises ont participé à l'opération.

À cette occasion, un panel composé de représentants de maisons de disques, de distributeurs, d'agents de spectacle et de diffuseurs québécois a présenté le marché d'ici, et une activité de B2B a permis de susciter des rencontres entre professionnels. En soirée, un « showcase » présentant quatre groupes français et trois groupes québécois a été offert au grand public.

Cette mission fort réussie a permis aux professionnels présents de se rencontrer et surtout de nouer des partenariats d'affaires avec des retombées potentielles tant pour leurs entreprises que pour les artistes qu'ils représentent, et ce, particulièrement dans le contexte des relations privilégiées qui existent entre les marchés québécois et français.

Cette opération a été rendue possible grâce à la contribution financière de la SODEC.

LES RENCONTRES 2011 JOUENT D'AUDACE

UNE FORMULE RENOUVELÉE. UN PARI RÉUSSI.

De haut en bas :
Christine St-Pierre, Mitsou,
Neil Cartwright

Dans le cadre d'ateliers plus participatifs que jamais, les professionnels de l'industrie musicale se sont réunis en grand nombre, les 12 et 13 avril derniers, pour les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique organisées par l'ADISQ.

Parce que la lumière naît du débat, cette seizième édition des Rencontres offrait une formule renouvelée qui alliait présentations, échanges simultanés et ateliers de discussion. Elle a permis aux participants non seulement d'enrichir leur réflexion sur l'avenir de l'industrie, mais aussi de découvrir et de partager des renseignements pratiques sur leur travail au quotidien. En tout, c'est 12 ateliers et conférences auxquels les participants ont eu accès.

La conférence du Dr Alain Dagher sur le « Frisson musical » en a surpris et stimulé plus d'un, tout comme la présentation de Neil Cartwright sur les meilleures façons de promouvoir la musique sur le web. Les points forts de l'événement sont sans aucun doute les deux ateliers qui mettaient à contribution l'ensemble des participants à l'intérieur de tables rondes animées, desquelles sont ressorties plusieurs pistes de solutions.

Animée par Mitsou Gélinas, la Soirée de remise des Prix Rencontres s'est déroulée dans un esprit festif et a couronné 10 intervenants de l'industrie de la musique. Les Rencontres ont également remis deux prix visant à souligner les ventes numériques d'albums et de pistes francophones d'artistes québécois. Ces deux prix, remis respectivement à Karkwa et Loco Locass, étaient accompagnés d'une bourse de 5000$ remise par TELUS. Un prix Reconnaissance a été remis à Cœur de pirate pour avoir franchi le cap des 100 semaines au top ventes francophones du magazine LE Palmarès, prix accompagné d'une bourse de 5000$ remise par XM Canada.

La présence de la ministre St-Pierre a été fort remarquée à la Soirée, au cours de laquelle elle a fait l'annonce d'un financement additionnel de 3,5 millions$ pour l'industrie de la musique.

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut : (Florence K, Mario Chenart, Biz, Stéphane Archambault), Colin Moore, (Mitsou, Karkwa et le représentant de Telus), Les Rencontres 2011, Jenny Salgado.

RAPPROCHEMENTS

COMMUNICATIONS ET RELATIONS AVEC LES MEMBRES

- L'ADISQ a réuni un comité d'agents et de producteurs de spectacles pour favoriser la réflexion, les échanges et la concertation en vue de professionnaliser le milieu, valoriser les pratiques porteuses et mieux relever les défis du spectacle de musique et de variétés.
- À la suite d'interventions de la CSST dans certaines salles, l'ADISQ a élaboré, avec Diffusion Inter-Centres et Réseau Scènes, un modèle d'Addenda aux contrats de diffusion de spectacle. Destiné aux producteurs et aux diffuseurs, cet outil est complémentaire au modèle de contrat de diffusion ADISQ-RIDEAU.
- L'ADISQ a réuni un comité d'agents de promotion afin de discuter de différents dossiers relatifs au magazine *LE Palmarès* et d'enjeux touchant le secteur de la radiodiffusion.
- L'ADISQ a consulté ses membres, dans le cadre de plusieurs petits déjeuners, afin de connaître leurs besoins collectifs et associatifs. À partir de cette consultation, plusieurs pistes d'action ont été explorées et des initiatives ont été mises de l'avant, dont celle d'implanter une assurance collective à l'intention de tous les membres.

LES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION AVEC LES MEMBRES DE L'ADISQ

Le Palmarès
Publié chaque semaine, LE Palmarès constitue un outil de référence indispensable pour toute l'industrie du disque, de la radio et de la vente au détail.

Le Mensuel
Publié chaque mois, ce bulletin électronique permet à l'ADISQ d'informer le milieu des multiples actions qu'elle déploie dans les différents secteurs où elle est active. On trouve aussi dans le Mensuel la rubrique Veille industrielle, qui comprend des nouvelles nationales ou internationales ayant retenu l'attention au cours des derniers mois. Le Mensuel comporte aussi un calendrier des activités de l'ADISQ, l'AgendADISQ, de même que la chronique *En mouvement,* qui fait état des promotions, nominations et changements de carrière dans l'industrie.

L'AgendAdisq
Maintenant publié à l'intérieur du Mensuel, ce calendrier de premières de spectacles, lancements d'albums et événements de presse est aussi un outil qui appuie l'industrie dans la planification et la promotion de ces événements.

ADISQ.COM
Le site Internet de l'ADISQ constitue une vitrine promotionnelle privilégiée pour l'ensemble des activités de l'ADISQ. Il est en outre un instrument de promotion et de rayonnement des entreprises membres de l'ADISQ et des artistes qu'elles représentent.

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'ADISQ EN 2010-2011

Le conseil d'administration de l'ADISQ

Président
Claude Larivée
La compagnie Larivée Cabot Champagne

Président sortant
Paul Dupont-Hébert
Tandem.mu

Vice-président Disque
Eli Bissonnette
Dare to Care Records

Vice-président Spectacle
Benjamin Phaneuf
Groupe Phaneuf

Vice-président Vidéo
Mark Lazare
Productions Benannah

Secrétaire
Stéphanie Moffatt
Mo'Fat Management

Trésorier
Georges Tremblay
DEP Distribution Exclusive

Administrateurs :
Carl Bazinet
Productions CR

François Bissoondoyal
L'Équipe Spectra

Sandy Boutin
Festival de musique émergente

Raymond DuBerger
Disques Artic

Pierre-Luc Durand
Tacca Musique

Luc Piette
EDC Musique

Jacques Primeau
Productions Jacques K. Primeau

Geneviève Touchette
Disques Audiogram

L'équipe de l'ADISQ

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

Julie Gariépy
directrice des communications

Stéphanie Hénault
directrice des relations de travail

Annie Provencher
directrice de la radiodiffusion et de la recherche

Nathalie Leduc
directrice du financement et de la formation professionnelle
(jusqu'en juin 2011)

DanyElle Taupier
contrôleure

Geneviève Leduc
conseillère aux relations de travail
(jusqu'en février 2011)

Geneviève Grimard
agente de recherche

Nicole Lalonde
coordonnatrice aux inscriptions - Événements

David Lefebvre
coordonnateur du Palmarès et support T.I.

Manon Bédard
comptable adjointe

Marie-Hélène Roussin
coordonnatrice des communications
(jusqu'en novembre 2010)

Valérie Roy
coordonnatrice aux communications

Françoise Bourque
adjointe à la direction générale

Laurie Cloutier
assistante à la recherche

Simon Prud'homme
assistant aux relations de travail

Julie Péloquin
secrétaire réceptionniste

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

6420, rue Saint-Denis
Montréal (Québec) H2S 2R7
Téléphone 514 842-5147
Télécopieur 514 842-7762
info@adisq.com

adisq.com

Tous droits réservés.
© 2011 – 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