



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

REVUE

DES ACTIVITÉS

2013 > 2014

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.

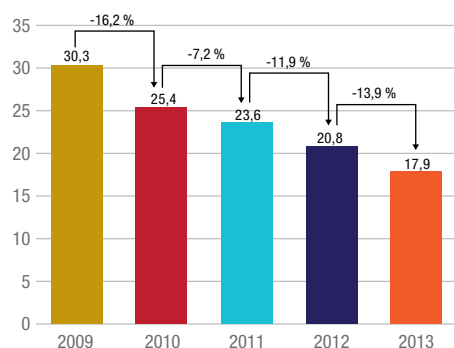
Toile de fond de l'industrie	3
Stratégies d'intervention	9
Politiques générales	11
Relations internationales	13
Affaires réglementaires	14
Financement des entreprises	22
Relations de travail	23
Formation	29
Promotion collective	31
Développement de marchés	34
Communications et activités	38
L'ADISQ en 2013-2014	43

LA TOILE DE FOND DE L'INDUSTRIE

ENREGISTREMENTS SONORES : LE NUMÉRIQUE NE COMPENSE TOUJOURS PAS

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU CANADA

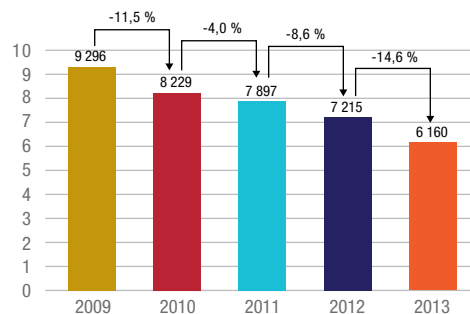
MILLIONS D'UNITÉS



Note : Incluent les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles.
Excluent les enregistrements vidéo.
Source : Nielsen SoundScan.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS



Note : Incluent les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles.
Excluent les enregistrements vidéo.
Source : Nielsen SoundScan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

VALEUR COMMERCIALE DES VENTES D'ENREGISTREMENTS SONORES

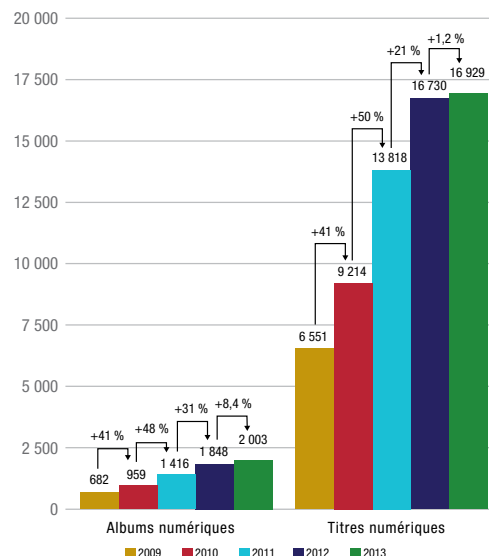
La valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores (tous les supports confondus) dans le monde était estimée à 15 milliards \$US en 2013, une baisse de 3,9 % par rapport à 2012.

Une baisse de la valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores a aussi été enregistrée au Canada pour la même période. Estimée par l'IFPI à 453,5 millions \$CAN en 2012, elle a connu une baisse de 3,7 % en un an, atteignant 436,9 millions \$CAN en 2013.

Source : IFPI.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS EN FORMAT NUMÉRIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS



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		
	2012	2013	Variation	2012	2013	Variation	2012	2013	Variation
Québec	7 215	6 160	-14,6 %	1 848	2 003	8,4 %	16 730	16 929	1,2 %
Canada	20 800	17 900	-13,9 %	10 500	11 400	8,6 %	114 300	116 100	1,6 %
France	44 600	41 400	-7,2 %	7 600	7 300	-3,9 %	44 100	40 500	-8,2 %
États-Unis	198 000	172 000	-13,1 %	118 000	118 000	0,0 %	1 336 000	1 259 000	-5,8 %

* Incluent les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Excluent les enregistrements vidéo.

Sources : OCOQ pour le Québec ; Nielsen SoundScan pour le Canada ; SNEP pour la France ; Nielsen SoundScan pour les États-Unis.

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombre total d'unités vendues par le TOP 500 des meilleurs vendeurs au Québec	5 821 173	4 828 495	5 296 695	4 468 368	4 687 401	4 423 388	3 865 677
Nombre total d'unités vendues des albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	2 715 363	2 003 355	2 565 511	2 014 745	2 220 705	2 024 530	1 576 095
Nombre d'albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	170	174	181	200	205	186	180

* Incluent les albums en format physique et numérique.
Source : Nielsen SoundScan, analyses de l'ADISQ.

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ensemble des albums	46,6 %	41,5 %	48,4 %	45,1 %	47,4 %	45,8 %	40,8 %
Albums physiques	n.d.	41,9 %	48,9 %	46,0 %	49,2 %	47,5 %	44,6 %
Albums numériques	n.d.	21,5 %	33,2 %	29,7 %	31,3 %	33,1 %	26,4 %
Pistes téléchargées	n.d.	6,3 %	7,2 %	7,0 %	5,3 %	6,6 %	6,1 %

* Les analyses des Top 500 albums physiques, Top 500 albums numériques et Top 500 pistes téléchargées ont débuté en 2008.
Sources : OCCQ, Statistiques en bref, juin 2010 pour 2008 et 2009. Nielsen SoundScan et analyses ADISQ pour 2010 à 2013.

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

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes de	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
10 000 à 14 999 copies	20	15	18	18	24	18	13
15 000 à 24 999 copies	15	18	28	24	17	13	9
25 000 à 49 999 copies	15	8	17	13	15	8	14
50 000 à 99 999 copies	5	7	4	2	7	5	0
100 000 à 199 999 copies	4	1	1	0	0	2	1
200 000 à 299 999 copies	1	0	1	0	0	0	0

Chaque année, environ 400 albums francophones d'artistes québécois sont mis en marché.

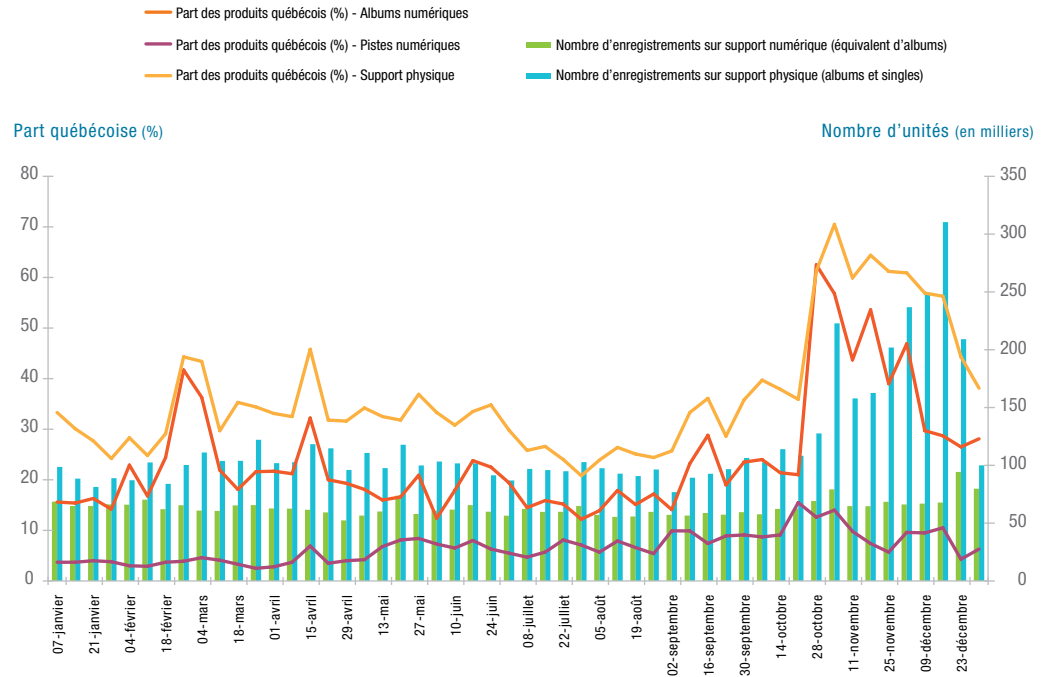
* Incluent les albums en formats physique et numérique.
Source : Nielsen SoundScan, analyse de l'ADISQ.

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

	2007	2008	2009	2010	2011 ^r	2012	2013
TOP 5	30,9 %	23,9 %	25,5 %	17,5 %	17,2 %	31,4 %	24,5 %
TOP 10	46,1 %	38,7 %	36,2 %	29,0 %	30,1 %	43,8 %	36,1 %
TOP 25	65,3 %	61,3 %	58,4 %	51,2 %	54,4 %	62,8 %	60,9 %

* Incluent les albums en formats physique et numérique.
^r : Données révisées.
Source : Nielsen SoundScan, analyses de l'ADISQ.

VENTES TOTALES D'ENREGISTREMENTS SONORES¹ ET PART DES PRODUITS QUÉBÉCOIS², QUÉBEC, 2013

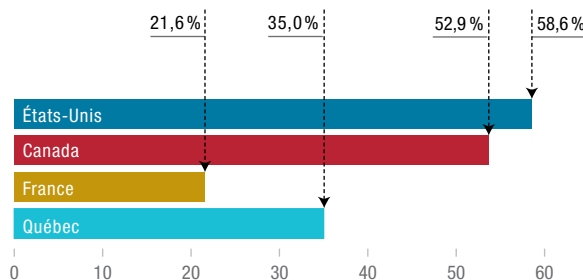


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

1. Ventes numériques : 13 pistes équivalent à un album. Ventes physiques : incluent les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles.

2. La part québécoise fait ici référence à la dimension artistique d'un enregistrement sonore, laquelle se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui est mis de l'avant. La part des ventes d'enregistrements sonores dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) est estimée à partir de l'examen des 200 titres les plus vendus pour chaque type de support.

PART DU MARCHÉ NUMÉRIQUE DANS LE MARCHÉ TOTAL DE LA MUSIQUE, PAR MARCHÉ – 2013 (VOLUME DE VENTES)



Notes : Données québécoises basées sur le nombre d'albums et de pièces téléchargés, le nombre de pièces ayant été converti en nombre d'albums. Estimation basée sur un nombre moyen de 13 pièces par album.

Pour le Canada et les États-Unis, selon la méthode de conversion du nombre de pistes en nombre d'albums employée par SoundScan, dix pistes équivalent à un album. Pour la France, le même ratio a été utilisé.

Sources : Québec, Canada et États-Unis : Nielsen SoundScan; France : SNEP. Analyses de l'ADISQ.

LE NUMÉRIQUE DANS LE MONDE

La valeur des ventes de musique numérique dans le monde est estimée à 5,9 milliards \$US, en hausse de 4,3 % par rapport à 2012.

Les ventes numériques comptent pour 39 % des revenus de l'industrie musicale.

Le nombre d'abonnés à des services musicaux payants en ligne à travers le monde est évalué à 28 millions en 2013, en hausse de 40 % par rapport à 2012.

Source : IFPI, Digital Music Report 2014.

RÉPARTITION DES REVENUS NUMÉRIQUES PAR FORMAT, 2008 ET 2013

	2008	2013
Téléchargements	64 %	67 %
Appareils mobiles	26 %	5 %
Abonnements	6 %	19 %
Streaming avec publicité	3 %	8 %
Autres	1 %	1 %
Total	100 %	100 %

Source : IFPI, Digital Music Report 2014.

SPECTACLE : UN MARCHÉ FRAGILE

NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS PAYANTES¹ POUR
UN MÊME SPECTACLE EN ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC

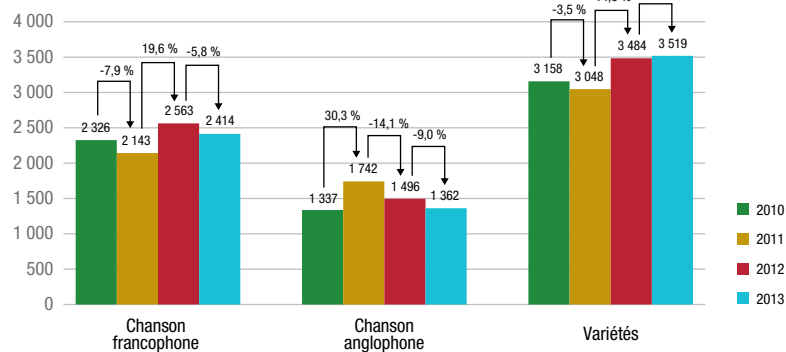
	Théâtre		Danse		Chanson francophone		Chanson anglophone		Variétés ²	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Spectacles différents	681	660	211	200	771	715	868	853	383	359
Nombre de représentations	6 250	6 239	744	660	2 563	2 414	1 496	1 362	3 484	3 519
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle	9,2	9,5	3,5	3,3	3,3	3,4	1,7	1,6	9,1	9,8

1. Excluent 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. Incluent 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.

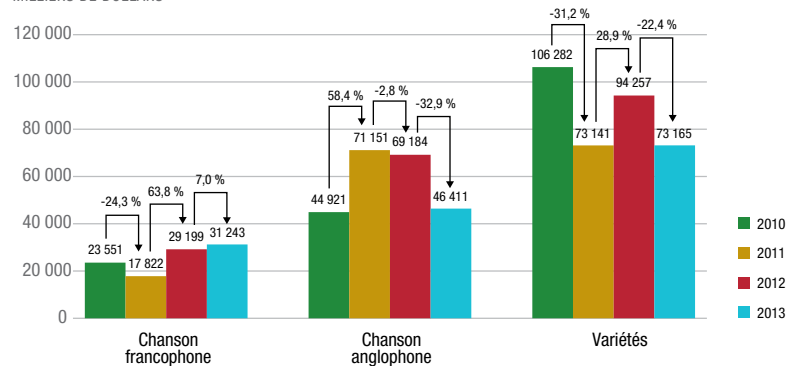
NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS



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

REVENUS DE BILLETTERIE

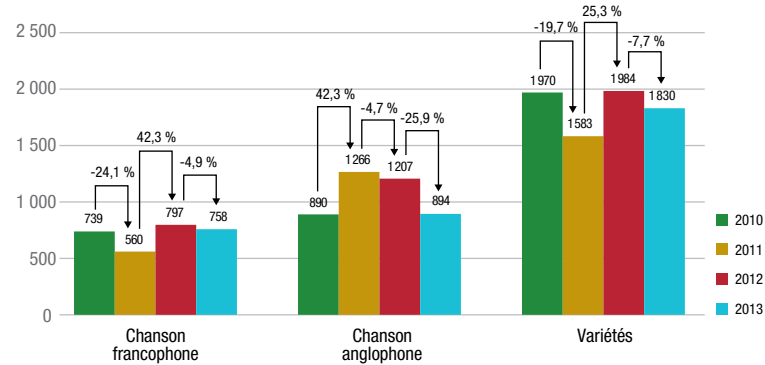
MILLIERS DE DOLLARS



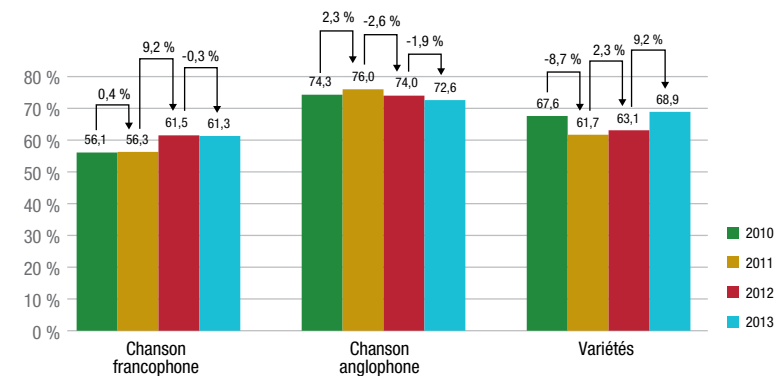
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyse de l'ADISQ.

ASSISTANCE PAYANTE

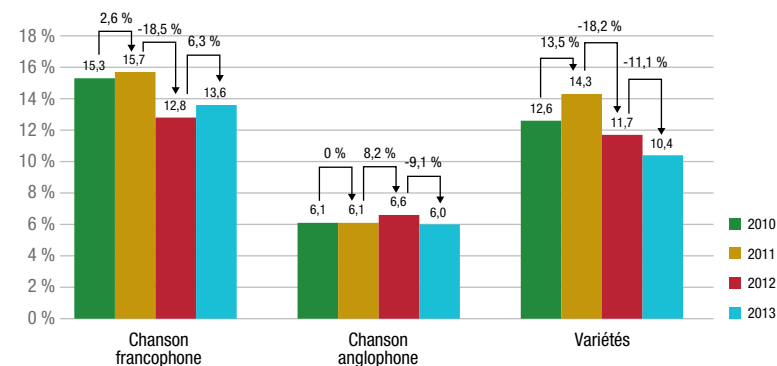
MILLIERS D'ENTRÉES



TAUX D'OCCUPATION DE L'ASSISTANCE PAYANTE

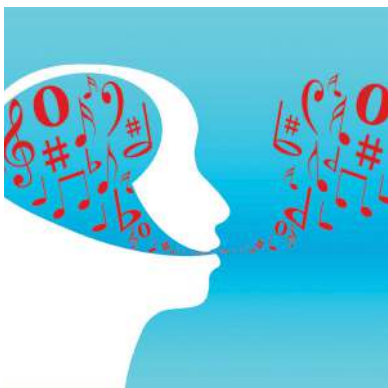


TAUX DE SPECTATEURS AVEC BILLET DE FAVEUR

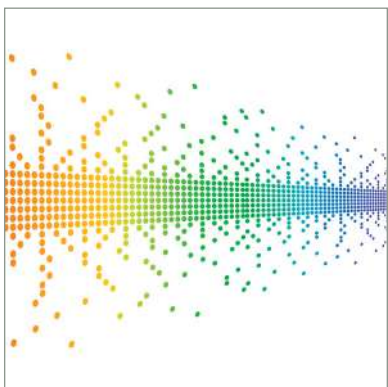


Les données de cette Toile de fond proviennent d'une vaste base documentaire gérée par l'ADISQ, qui couvre les principaux enjeux auxquels se trouve confrontée l'industrie de la musique, du spectacle et de la vidéo au Québec.

Parmi les sources consultées par l'ADISQ, on retrouve notamment l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), Music Canada, 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 dans ces ventes ainsi que sur le nombre d'unités vendues par type de support, y compris les albums et les pistes numériques téléchargés.



**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 ET ACTIVITÉS

- Développer des outils de communication efficaces en vue d'informer les membres.
- Développer et produire des activités rassembleuses axées sur les besoins des membres.

OBJECTIF

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



STRATÉGIES

DRÔITS

- 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

AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

- 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.

DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

Assurer une présence québécoise collective dans différentes manifestations nationales et internationales, en vue de soutenir collectivement les activités de développement de marchés des membres.

OBJECTIF

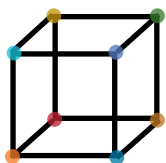
Assurer le développement des compétences des ressources humaines de l'industrie.

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.

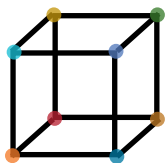


STRATÉGIE



POLITIQUES GÉNÉRALES

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

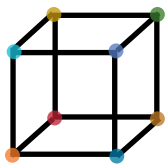


STRATÉGIE



AFFAIRES INTERNATIONALES

- S'investir pour participer à la mise en œuvre, à l'échelle internationale, d'un outil garantissant aux États le droit de légiférer et d'intervenir en matière de politiques culturelles.
- Participer au niveau international aux travaux des regroupements d'associations de producteurs indépendants.



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.

REVENTE DE BILLETS: LA CONSTITUTIONNALITÉ DE LA LOI RÉAFFIRMÉE

Le 6 août 2013, la Cour supérieure du Québec rendait une décision qui confirmait la constitutionnalité de la *Loi visant à interdire la revente de billets de spectacle à un prix supérieur au prix autorisé par le producteur*, qui avait été adoptée le 20 octobre 2011 par le gouvernement québécois.

Ce sont quatre courtiers en revente de billets opérant sur Internet – les sites 514-Billets.com, Billets.ca, Billets.com et Billetqualite.com – qui étaient à l'origine de la contestation de cette loi. Ils prétendaient que cette dernière légifèrait dans le domaine du droit criminel et relevait par conséquent d'une compétence fédérale, qu'elle procédait à une expropriation sans compensation de leur achalandage et qu'elle ne pouvait s'appliquer qu'aux spectacles présentés au Québec.

Le juge Daniel W. Payette a donné tort aux courtiers sur les deux premiers points. Il considère que, puisque la loi vise à protéger un consommateur contre la pratique d'un commerçant, elle s'inscrit dans la Loi sur la protection du consommateur, qui est de compétence provinciale. De plus, la décision précise que la loi n'empêche pas la revente de billets, mais la régit en prohibant certaines pratiques.

Enfin, en ce qui concerne l'application hors Québec de la loi, le juge indique qu'il n'y a pas lieu de trancher quant à cette demande dans le cadre de cette décision.

Un long dossier

Rappelons que l'ADISQ avait pris position dans ce dossier dès le début de l'année 2010, après avoir reçu des plaintes de consommateurs et de plusieurs de ses membres. L'ADISQ avait alors demandé au ministre de la Justice d'agir rapidement pour pallier le manque de cadre législatif au Québec sur cette question.

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 déposé en décembre 2010 un argumentaire au gouvernement du Québec. Ce document mettait en lumière le fait que les sites de revente engendrent de la confusion quant au véritable prix des billets et à leur disponibilité, de même qu'en ce qui a trait à la véritable nature de ces sites, qui s'apparentent aux sites des billetteries officielles grâce à l'utilisation de leurs outils promotionnels.

L'ADISQ se réjouit de la décision rendue par la Cour supérieure du Québec.

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA MUSIQUE SOUS LA LOUPE

Le 25 mars dernier, l'ADISQ s'exprimait devant le Comité permanent du Patrimoine canadien dans le cadre de son étude portant sur l'industrie canadienne de la musique.

Entre autres messages clés, l'ADISQ a demandé au Comité d'identifier les mesures à prendre face aux grands utilisateurs de musique.

Les défis à l'heure du numérique

Lors de son allocution, l'ADISQ a tenu à rappeler au Comité que, bien que la musique n'ait jamais été aussi accessible et utilisée, les revenus qu'elle génère pour les partenaires de la production de contenus n'ont jamais été aussi maigres. Ce sont d'autres acteurs qui accaparent les revenus des nouvelles utilisations de la musique. Un état de fait qui s'explique entre autres, selon l'ADISQ, par les grands bouleversements qui ont affecté le milieu de la musique avec le développement rapide des technologies numériques.

Or, le développement de la carrière des artistes d'ici dépend en grande partie de la santé des entreprises canadiennes indépendantes : en 2012, ces entreprises ont été responsables de 60 % des ventes d'albums d'artistes canadiens, alors que trois multinationales se partageaient 40 % du marché.

Le financement public joue un rôle important dans le soutien à ces entreprises, selon l'ADISQ, qui observe que ce financement représente toujours un levier essentiel pour maintenir un certain niveau de production de contenus musicaux et un rayonnement conséquent, mais qui est sous pression constante.

Dans ce contexte, le Comité permanent du Patrimoine canadien devrait porter une attention particulière et prioritaire à l'identification de mesures à prendre face aux grands utilisateurs de services musicaux numériques, estime l'ADISQ, pour s'assurer que le public canadien ait un accès durable à la musique d'ici.

Une démarche consultative

C'est en décembre 2013 que le Comité permanent du Patrimoine canadien avait annoncé son intention d'effectuer un examen de l'industrie canadienne de la musique, au terme duquel il fera rapport de ses conclusions à la Chambre des communes – rapport attendu au plus tard à l'automne 2014.

Les objectifs poursuivis par les membres du Comité sont de : se renseigner sur le soutien gouvernemental à la musique canadienne et sur ses effets, tant sur la musique elle-même que sur les créateurs et les entrepreneurs de ce secteur ; déterminer comment les fonds sont alloués ; établir si le soutien gouvernemental atteint les objectifs fixés ; et faire des recommandations au gouvernement sur les mesures à prendre pour renforcer le soutien à la musique canadienne.

Le Comité a convié plusieurs groupes et organismes à témoigner devant lui. Dès le départ, l'ADISQ s'est assurée d'être du nombre, afin que le Comité ait accès à un portrait complet de l'état de la situation pour l'industrie de la musique.

L'ADISQ PRÉSENTE À LA RÉUNION DU WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK À CANNES

Dans le cadre du MIDEM de Cannes, qui avait lieu au mois de février 2014, le Worldwide Independent Network (WIN) a réuni, cette année encore, des représentants d'associations provenant entre autres du Canada, de l'Espagne, des États-Unis, de l'Allemagne, du Brésil, du Japon, de la Corée du Sud et de l'Angleterre.

Comme lors des éditions précédentes, cette rencontre a permis aux participants d'échanger de l'information sur l'état de la gestion collective des droits des producteurs indépendants à travers le monde et d'en faire le bilan. Ces échanges fructueux ont mis en lumière, entre autres enjeux, toute l'importance, pour les producteurs d'enregistrements sonores du monde entier, de travailler avec les codes

d'identification nécessaires à la gestion de leur répertoire (ISRC et autres *fingerprinting*), notamment dans le contexte de l'exploitation de leurs créations dans l'univers numérique.

Le Worldwide Independent Network est un important regroupement international de producteurs indépendants, dont la mission consiste à mettre en contact des associations professionnelles de producteurs, pour favoriser la circulation d'informations sur les grands enjeux auxquels fait face l'industrie indépendante de la musique. À terme, le WIN espère susciter la concertation d'actions porteuses pour la filière musicale.

L'ADISQ participe aux travaux du WIN depuis maintenant huit ans.

LE CRTC APPROUVE L'ACHAT D'ASTRAL PAR BCE

Dans une décision rendue le 27 juin 2013, le CRTC a approuvé l'acquisition d'Astral par BCE et mis en place des balises réglementaires à la mesure de cette transaction historique.

En effet, le CRTC n'a pas hésité à recourir aux outils réglementaires à sa disposition pour s'assurer que l'intérêt public canadien soit protégé, devant le poids de cette nouvelle entité au sein du marché canadien de la radiodiffusion et des télécommunications.

Des balises dans l'intérêt du public

Dans sa demande initiale, BCE entendait verser 50 millions de dollars en avantages tangibles au secteur canadien de la musique, ce qui correspondait à 6 % de la valeur des actifs acquis en radio. La décision

l'oblige plutôt à verser 21,5 millions de dollars de plus, soit 71,5 millions de dollars.

Cette augmentation découle, d'une part, du fait que le Conseil a révisé la valeur de la transaction à la hausse. D'autre part, sensible à une demande de l'ADISQ soutenue par l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) et la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ), le CRTC a considéré que BCE ne s'était pas suffisamment engagée à soutenir les artistes canadiens, tout particulièrement les artistes émergents. Par conséquent, il a ordonné à BCE de verser 7 % de la valeur de la transaction, plutôt que 6 %, à l'industrie de la musique.

Suite... >

À la suite de cette décision, BCE a proposé un plan de répartition de cette augmentation qui a été approuvé par le Conseil, et qui se traduit par près de 8 millions de dollars supplémentaires pour le milieu francophone de la musique, à qui Bell versera un total de 25 millions de dollars sur sept ans par le biais, notamment, des fonds Musicaction et RadioStar.

De plus, le CRTC a imposé à BCE la production de rapports détaillant les efforts des radios en matière de mise en valeur des artistes émergents, ce qui permettra au Conseil et au public de mesurer les impacts de ces mesures.

Enfin, fait inédit, le Conseil demande à BCE de verser, au-delà des avantages tangibles, 245 000 dollars sur sept ans à des initiatives privilégiant les artistes émergents anglophones montréalais.

L'ADISQ demeure vigilante

Ces mesures, dont certaines sont des premières, démontrent la sensibilité du CRTC à de nombreuses préoccupations exprimées par le milieu de la musique, notamment à l'égard de la mise en valeur des artistes émergents. Toutefois, au cours des années à venir, une grande vigilance de la part du Conseil sera nécessaire pour veiller à l'efficacité de ces balises. L'ADISQ entend se montrer particulièrement attentive, au cours des prochaines années, afin de s'assurer de l'efficacité des mesures mises en place.

En outre, malgré des demandes de clarifications de l'ADISQ, des interrogations demeurent quant à la question fondamentale de la portée réelle d'un centre décisionnel pour le contenu francophone à Montréal. La plus grande vigilance sera de mise pour s'assurer que ce centre décisionnel demeure au Québec.

EXAMEN CIBLÉ DE LA RADIO COMMERCIALE

Le 30 janvier et le 1^{er} avril 2014, l'ADISQ a présenté au CRTC des analyses qui brossent un portrait inquiétant de la diversité musicale à la radio commerciale québécoise. Ces présentations avaient lieu dans le cadre de l'examen ciblé de la Politique sur la radio commerciale qu'a mené le CRTC au cours de l'année.

Le CRTC entendait ainsi faire un examen non pas complet, mais délimité, des politiques régissant l'industrie de la radio commerciale. Bien que la programmation des radios n'ait pas été précisément identifiée dans le cadre de cet exercice, le CRTC s'est montré ouvert à ce que l'ADISQ lui soumette ses préoccupations liées au secteur de la radio commerciale.

Omniprésence des montages anglophones

L'ADISQ a fait deux interventions devant le CRTC. Au cours de la première, elle a notamment fait état, analyses à l'appui, de la présence importante de montages anglophones sur la quasi-totalité des stations à l'étude, et ce, désormais, tant pour

Suite... >

les stations de format grands succès que pour celles de format adulte contemporain.

Ces montages, qui sont constitués d'extraits de pièces musicales anglophones et qui comptent comme une seule pièce musicale aux fins du calcul des quotas de musique vocale de langue française (MVLf), ont pour effet de réduire de façon importante la présence réelle de la musique francophone.

L'ADISQ a également relevé la faible présence des artistes émergents dans la programmation des stations étudiées, ceci réitérant le constat qu'elle avait fait lors du dernier examen de la politique radio en 2006.

Face à ce portrait inquiétant de la diversité musicale à la radio, l'ADISQ a demandé au Conseil d'y apporter toute l'attention nécessaire dans les plus brefs délais.

Une démonstration irréfutable

Au cours de sa deuxième présentation, l'ADISQ a enrichi son plaidoyer d'analyses supplémentaires. Elle a notamment présenté les résultats détaillés d'une semaine d'écoute de la programmation de stations de radio. La démonstration avait pour but d'identifier les montages diffusés et

la nature de ceux-ci sur des stations de types distincts. Ces analyses révélaient que certains radiodiffuseurs continuent de recourir de manière induue à des montages pour contourner les exigences de la réglementation liée à la musique vocale de langue française et au contenu canadien.

Rappelons que l'effet recherché par l'imposition de quotas de MVLf et de contenu canadien est d'accorder une place prépondérante réelle aux pièces canadiennes et de langue française dans la programmation des stations de radio.

Au cours de cette deuxième phase, l'ADISQ a également réagi aux prétentions de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, qui est d'avis qu'un examen complet ne devrait pas être réalisé avant trois ans, notamment en raison de l'avenir de la radio, qui serait menacé par le développement de nouvelles technologies et en raison de la situation financière du secteur, qui serait plus difficile que ne le prétend le CRTC.

L'ADISQ a fait valoir que la radio a une situation financière enviable et démontre une solide résilience depuis plusieurs années face au développement des nouvelles technologies.

Le secteur de la musique sera-t-il entendu?

À la lumière de ces constats, l'ADISQ a fait valoir au CRTC qu'il était impératif qu'il réexamine la question des montages dans un délai rapproché et prenne les mesures nécessaires pour que l'utilisation qui en est faite se conforme à la politique.

L'ADISQ était appuyée dans ses constats et ses conclusions par l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Union des artistes (UDA).

Bien que le CRTC se soit montré ouvert à ce qu'on lui soumette des commentaires portant sur toute préoccupation autre que celles ciblées dans son examen, l'ADISQ a été déçue du peu de commentaires émis à la première phase au sujet de la programmation musicale.

L'ADISQ SE PRONONCE DEVANT LE CRTC SUR LES AVANTAGES TANGIBLES

L'ADISQ a présenté un mémoire au CRTC le 13 janvier 2014, dans le cadre d'une consultation sur l'approche de ce dernier en matière d'avantages tangibles. Appuyé par l'APEM, la SODRAC, la SPACQ et l'UDA, ce mémoire contenait diverses recommandations.

Parmi celles-ci, on retrouve notamment la proposition que les contributions financières versées par les entreprises de radiodiffusion à titre d'avantages tangibles, dans le cadre d'une transaction impliquant des actifs radio, soient haussées pour correspondre dorénavant à 10 % de la valeur de la transaction plutôt qu'à 6 % comme c'est le cas actuellement.

Pour rappel, mentionnons que le minimum de 6 % avait été accordé au secteur de la radio au milieu des années 1990, alors que ce secteur connaissait des difficultés financières qui sont aujourd'hui révolues, selon l'ADISQ. Le niveau imposé au secteur de la télévision a pour sa part toujours été maintenu à 10 %.

Corriger un déséquilibre

Une autre recommandation de l'ADISQ concerne la répartition des avantages tangibles.

Pour l'année 2012-2013, les fonds francophones et anglophones ont obtenu respectivement 17,4 % et 82,6 % de l'ensemble des avantages tangibles versés par les entreprises radio. C'est que le marché anglophone canadien est beaucoup plus vaste que le marché francophone et que la valeur des transactions potentielles y est plus élevée. Par conséquent, les sommes disponibles pour les fonds de soutien de l'industrie francophone sont beaucoup plus modestes que celles dédiées aux fonds anglophones.

Pour corriger ce déséquilibre, qui ne reflète pas le poids des entreprises québécoises dans l'industrie canadienne de la musique,

l'ADISQ a proposé que les avantages tangibles soient répartis de la façon suivante : 33 % pour le marché francophone et 67 % pour le marché anglophone, sans égard à la provenance des actifs radio transigés.

Rappelons que l'approche du Conseil en matière d'avantages tangibles a été mise en place afin que toute transaction impliquant des entreprises en radiodiffusion serve l'intérêt public en obligeant ces entreprises à verser des contributions financières destinées à améliorer le système canadien de radiodiffusion. Le milieu de la musique bénéficie de ces contributions qui sont notamment versées à des fonds tels que Musicaction et le Fonds RadioStar pour le marché francophone, et FACTOR et le Starmaker Fund pour le marché anglophone.

Émissions musicales à l'écran

Par ailleurs, l'ADISQ a appuyé (avec nuances) la proposition du CRTC de rediriger principalement vers le Fonds des médias la partie des avantages tangibles versée dans le cadre de transactions impliquant des actifs télé et devant servir à générer des émissions à l'écran. À l'heure actuelle, ce sont les acquéreurs qui s'engagent à financer et à diffuser des émissions qui n'auraient pas pu voir le jour sans le financement provenant des avantages tangibles.

L'ADISQ a également rappelé au CRTC qu'il devait s'assurer que les émissions musicales et de variétés soient mieux financées et plus présentes à l'écran.

Enfin, l'ADISQ a demandé que les fonds actuels dédiés à la production de vidéoclips (MaxFACT et MuchFACT) puissent recevoir de telles contributions financières.

LA POLITIQUE SUR LE DÉVELOPPEMENT DU CONTENU CANADIEN EST MODIFIÉE

Les petites et moyennes stations de radio commerciales n'auront plus à verser de contributions financières au titre du développement du contenu canadien (DCC), contributions qui étaient jusqu'ici de 500 \$ pour les stations dont les revenus annuels sont inférieurs à 625 000 \$, et de 1 000 \$ pour les stations dont les revenus se situent entre 625 000 \$ et 1 250 000 \$.

En somme, c'est la moitié des radios commerciales canadiennes qui sont à présent exemptées du versement de contributions financières au titre du développement du contenu canadien.

Cette décision du CRTC a pour objectif de réduire le fardeau administratif engendré par le non-respect fréquent de cette obligation par ces stations. Le Conseil estime que les bénéficiaires de la politique sur les DCC, dont fait partie Musicaction, continueront tout de même à être bien financés. Bien que ce groupe de stations représente la moitié des stations de radio commerciale canadiennes, ses contributions financières ne constituent qu'une faible part du total versé aux bénéficiaires de la politique par cette industrie.

L'ADISQ, dans ces interventions auprès du CRTC dans ce dossier, avait insisté sur la situation précaire de l'industrie canadienne de la musique et fait valoir que chaque source de revenus compte. L'ADISQ avait plutôt proposé de compenser les pertes engendrées par cette exemption par une augmentation des contributions des stations dont les revenus sont supérieurs à 1 250 000 \$.

RADIO X DEVIENT UNE RADIO VERBALE

Dans une décision rendue en avril dernier, le CRTC accorde à RNC Média non seulement le renouvellement de sa licence, mais également le changement de vocation qu'elle convoitait. La station Radio X, autrefois connue sous le nom de Planète Jazz et jusqu'alors spécialisée en jazz et en blues, est donc officiellement devenue une station à prépondérance verbale.

Vive opposition de l'ADISQ

RNC Média justifiait un tel changement, depuis un certain temps, par les difficultés financières de la station, apparemment toujours non rentable après sept années d'existence. RNC Média faisait également valoir qu'un nombre restreint de stations

verbales était en activité dans le marché de Montréal, alors que grandit l'intérêt des auditeurs pour ce type de radio. L'entreprise estimait en outre impossible de maintenir une formule musicale pour cette station, même autre que le jazz spécialisé.

Bien que sensible aux difficultés posées par la situation financière de la station, l'ADISQ, quant à elle, avait fait valoir au CRTC, par le biais d'un mémoire et en participant aux audiences publiques, qu'une solution mitoyenne pouvait certainement être envisagée. Par exemple, il aurait pu être prévu de maintenir un format musical, mais d'abandonner la formule spécialisée, pour puiser à un répertoire musical plus vaste. L'ADISQ a fait valoir que cette solution

Suite... >

préservait le nombre de stations musicales dans le marché radiophonique francophone de Montréal, un marché qui comporte déjà, globalement, significativement moins de stations radiophoniques musicales par habitant que les marchés de Québec et de Gatineau.

Des demandes répétées

RNC Média n'en était pas à sa première demande de conversion de la station Planète Jazz (CKLX-FM) en radio à prépondérance verbale. Déjà en 2012, le groupe avait présenté une demande en ce sens au CRTC, demande refusée en mars 2013 par le Conseil, au motif que la transformation de Planète Jazz en station à prépondérance verbale aurait pu nuire à une autre station, elle aussi verbale, que s'apprêtait à lancer

TTP Média à Montréal sur la bande AM, laquelle avait été autorisée avant la demande de conversion déposée par RNC Média. En outre, le CRTC avait également relevé que le titulaire était en situation de non-conformité quant à certains éléments de sa programmation, par exemple en ce qui concerne le pourcentage de musique vocale de langue française qu'il diffuse, de même que le nombre de pièces jazz.

Le Conseil a toutefois fini par accéder à la nouvelle demande de RNC Média le 8 avril 2014. L'ADISQ s'est dite déçue de cette décision du CRTC qui, selon elle, ne s'est pas montré préoccupé par la diversité de l'offre musicale montréalaise, mais a plutôt privilégié une plus grande diversité sur le plan de l'offre parlée.

UNE PLUS LARGE DISTRIBUTION ACCORDÉE À TV5 ET ARTV

Le 8 août 2013, le CRTC publiait une Politique réglementaire qui venait clore un processus public portant sur 22 demandes de services souhaitant bénéficier d'une ordonnance de distribution obligatoire. TV5 et ARTV, dont l'ADISQ avait soutenu les demandes, font partie du nombre restreint de services ayant obtenu ce privilège.

Les décisions rendues par le CRTC font en sorte que TV5 sera obligatoirement distribuée à même le service de base et ARTV sera offert par tous les distributeurs.

Rappelons que TV5 proposait de scinder son service en deux, souhaitant dorénavant exploiter une chaîne

consacrée à la francophonie canadienne (TV5/UNIS) en plus de sa chaîne axée sur la francophonie internationale. Le Conseil a approuvé la demande visant la distribution obligatoire de TV5/UNIS au service numérique, car il estime que cette nouvelle chaîne contribuera à favoriser l'épanouissement des minorités de langue française au pays.

Approbation conditionnelle

Il a cependant rendu son approbation conditionnelle à la diffusion d'un minimum de 50 % de contenu canadien (pour les deux signaux combinés), en plus de réviser à la baisse le tarif mensuel proposé par TV5 dans sa demande.

En ce qui concerne ARTV, le Conseil a accepté de lui octroyer un droit d'accès au service numérique des entreprises de radiodiffusion terrestres dans les marchés de langue anglaise. Cela aura pour effet de rendre le service plus largement accessible aux francophones vivant dans des communautés où ils sont minoritaires, sans imposer de frais additionnels aux consommateurs qui ne désirent pas bénéficier du service.

Le Conseil estime que la contribution exceptionnelle d'ARTV auprès de ce public justifie ce statut.



LISTE COMPLÈTE DES INTERVENTIONS DE L'ADISQ EN AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES, 2013-14

Stations de radio 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.

- **09-08-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-218 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion des stations de radio CHXX-FM Donnacona et CJRS Montréal.
- **11-06-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-219 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de six stations de radio commerciale en conformité présumée.
- **11-06-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-220 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de six stations de radio commerciale en non-conformité possible.
- **11-07-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Appel aux observations sur des modifications au *Règlement de 1986 sur la radio* en ce qui a trait au développement du contenu canadien, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-298.
- **15-07-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-218-1, article 1 portant sur le renouvellement de la licence de radiodiffusion de la station CHXX-FM Donnacona.
- **29-07-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-322 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de sept stations de radio commerciale en conformité présumée.
- **05-08-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-315 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de quatre stations de radio commerciale en non-conformité possible.
- **09-08-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-325 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de sept stations de radio commerciale en non-conformité répétitive possible.
- **27-09-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-448 portant sur la demande présentée par RNC Média en vue de renouveler la licence de radiodiffusion de l'entreprise de programmation de radio commerciale spécialisée de langue française CKLX-FM Montréal et en vue de modifier les conditions de licence de la station.

Suite... >

- **30-01-2014** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572 portant sur une révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale.
- **05-03-2014** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-56 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de 13 stations de radio commerciale en conformité présumée.
- **14-03-2014** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-47 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion des stations CFEI-FM et CHIK-FM, titulaires en non-conformité possible.
- **20-03-2014** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-59 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion des stations CKYQ-FM et CJSO-FM, titulaires en possible non-conformité répétée.
- **01-04-2014** – Réplique de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572 portant sur une révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale.

Entreprises de radio et de télévision

Objectif en radio : 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.

Objectif en télévision traditionnelle : S'assurer que ces entreprises favorisent la plus grande présence possible de la chanson et de l'humour à la télévision, et que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin.

Objectif en services spécialisés : 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.

- **20-09-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à la Demande de la Partie 1 (2013-1120-9) portant sur le suivi de la transaction BCE/Astral relativement aux dépenses en émissions canadiennes (DÉC), émissions d'intérêt national (ÉIN) ainsi qu'aux avantages tangibles.
- **13-01-2014** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-558 portant sur l'approche du Conseil concernant les avantages tangibles.
- **28-01-2014** – Réplique de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-558 portant sur l'approche du Conseil concernant les avantages tangibles.

BUDGET FÉDÉRAL 2014: BONNE NOUVELLE POUR LE MILIEU DE LA MUSIQUE

Le dernier budget fédéral, rendu public le 11 février dernier par l'ancien ministre des Finances, feu Jim Flaherty, réservait une heureuse nouvelle pour le secteur de la musique : la pérennisation du Fonds de la musique du Canada (FMC), qui prendra effet à compter de 2015.

Une partie du FMC venait à échéance en mars 2015. Le gouvernement fédéral n'a pas attendu ce délai pour renouveler sa contribution au monde canadien de la musique, ni pour annoncer que ce soutien deviendra permanent à compter de cette année-là. Cette décision du gouvernement a été accueillie par l'ADISQ comme une reconnaissance de la contribution du milieu de la musique à la société canadienne, tant du point de vue culturel que du point de vue économique.

Le FMC est le principal outil de mise en œuvre de la Politique canadienne de l'enregistrement sonore, laquelle vise trois grands objectifs :

- rehausser l'accès des Canadiens à la musique d'ici, par le biais des médias traditionnels ou des nouveaux médias ;
- favoriser l'expression culturelle canadienne en rehaussant les possibilités offertes aux artisans et aux entrepreneurs du secteur musical ;
- soutenir le développement des capacités des musiciens et des entrepreneurs dans le contexte de la mondialisation et de la numérisation.

À travers les programmes mis en place au fil des ans grâce aux sommes allouées par le FMC, le gouvernement fédéral contribue à doter le secteur de la musique des moyens nécessaires pour offrir à la population canadienne un accès durable à sa musique.

PRODUCTEURS ET DIFFUSEURS : UNE IMPORTANTE DÉCISION EST ATTENDUE >

Le 27 février 2014, la Cour d'appel a pris en délibéré le dossier concernant les statuts respectifs des producteurs et des diffuseurs de spectacles. Au moment où ces lignes sont écrites, sa décision est toujours attendue.

La Cour d'appel a en effet été interpellée par l'Union des artistes (UDA) et la Guilde des musiciens et musiciennes, à la suite d'un jugement rendu le 26 avril 2012 par la Cour supérieure. L'UDA et la Guilde aimeraient en effet voir annuler ce jugement, qui confirme la décision unanime de la Commission des relations du travail (CRT) de ne pas déclarer « producteurs » des diffuseurs

de spectacles lorsque leur rôle consiste à accueillir un spectacle « clé en main » pour l'inclure à leur programmation, et ce, que le spectacle soit produit par une entreprise de production ou par un artiste producteur.

Aux origines du litige

Rappelons que le dossier dont avait été saisi la CRT faisait suite à des griefs de l'UDA soutenant que les festivals Coup de cœur francophone, Festival International de Jazz de Montréal et FrancoFolies de Montréal avaient agi comme « producteurs » de l'ensemble des spectacles inclus à leur programmation, et qu'ils devaient

Suite... >

notamment conclure, avec chacun des artistes impliqués, le contrat type de l'entente collective UDA-ADISQ et verser à l'UDA des cotisations et des contributions.

Les festivals intimés, les artistes et les regroupements qui les soutiennent, dont l'ADISQ, FEQ, RÉMI, RIDEAU et TUEJ, sont convaincus que ce que recherche l'UDA ne ferait qu'ajouter des barrières à l'entrée des diffuseurs ouverts à programmer des spectacles d'artistes de la relève ou en émergence, en plus de semer le chaos sur le rôle et les responsabilités de chacun. Outre la fierté de partager la découverte, ces spectacles n'offrent pas d'avantage aux diffuseurs qui, s'ils devaient les produire, ne les incluraient plus dans leur programmation. Aussi, ne sachant rien du contexte entourant leur préparation et leur représentation, ils se retrouveraient dans l'impossibilité de les produire.

De son côté, l'UDA semble penser qu'il serait plus facile que les diffuseurs assument le rôle de « producteur » des spectacles d'artistes de la relève ou en émergence que de convaincre ces artistes de respecter ses ententes collectives. Pourtant, plusieurs artistes autoproducteurs les respectent, et ce, non seulement à l'égard des artistes qu'ils engagent, mais aussi à leur propre égard.

Coûteuse voie judiciaire...

Dans bien des cas toutefois, il est vrai que plusieurs artistes autoproducteurs ne voient pas facilement l'intérêt d'assujettir leur spectacle aux ententes collectives découlant de la LSA. C'est pourquoi l'ADISQ et ses partenaires demeurent convaincus que les syndicats auraient tout avantage à promouvoir, auprès des artistes, les avantages d'appliquer ses ententes collectives, en concertation avec le milieu des arts de la scène, plutôt que d'affubler ce dernier de recours judiciaires inutilement coûteux et improductifs.

Durant toutes ces années, les festivals intimés, l'ADISQ et leurs partenaires auraient préféré consacrer tout leur temps, toutes leurs énergies et toutes leurs ressources à des dossiers favorisant l'épanouissement des artistes québécois qui, pour continuer à se démarquer sur nos scènes, font face à des défis toujours plus importants.

La décision attendue de la Cour d'appel devrait mettre, comme plusieurs l'espèrent, un point final à une saga judiciaire qui remonte à 2006 et dans laquelle, estime-t-on, plus d'un million de dollars ont été engloutis jusqu'ici.

ENTENTES COLLECTIVES DE L'ADISQ: LA COMÉDIE MUSICALE SERA DÉSORMAIS COUVERTE

En début d'année, à la suite des représentations de ses membres producteurs de comédies musicales, l'ADISQ a accepté le mandat de négocier en leur nom les conditions minimales d'engagement des artistes dont ils retiennent les services pour ce type de spectacle.

Rappelons que la comédie musicale n'a jamais été exclue des ententes collectives de l'ADISQ visant l'enregistrement, ni de ses activités de promotion collective ou des autres domaines d'intervention de l'ADISQ. Cependant, la comédie musicale

demeurait jusqu'alors exclue de l'aire d'application de ses ententes collectives à la scène.

L'exclusion de la comédie musicale des ententes collectives de l'ADISQ remonte à 1997, moment où celle-ci demandait à être reconnue, au sens de la législation québécoise sur le statut de l'artiste, comme le seul interlocuteur des producteurs de musique et de variétés à la scène, membres comme non membres de l'ADISQ. Or, l'ADISQ a retiré cette demande depuis longtemps, ayant fait le choix de négocier pour ses membres et permissionnaires.

Les producteurs concernés n'ont cependant jamais trouvé logique que l'ADISQ ne les représente pas auprès des associations d'artistes pour ces spectacles, alors qu'elle les représente pour tous leurs autres spectacles musicaux.

La récente décision de l'ADISQ fait en sorte que la musique, la chanson, l'humour, la revue et, désormais, la comédie musicale seront négociés à la même enseigne, comme c'est le cas en France, notamment.

ENTENTE ADISQ-APASQ: ÉLARGISSEMENT DE L'AIRE D'APPLICATION

L'entente collective que l'ADISQ et l'APASQ (l'Association des professionnels des arts de la scène du Québec) ont cosignée en 2009 couvre, depuis le 16 septembre 2013, quatre catégories supplémentaires de professionnels de la scène: les concepteurs d'accessoires, de coiffures, de maquillages et de marionnettes. Celles-ci s'ajoutent aux catégories de travailleurs

déjà visées depuis 2009, soit les concepteurs de décors, de costumes, d'éclairages et de bandes sonores.

Cet ajout découle d'une décision de la Commission des relations du travail (CRT) qui accorde à l'APASQ le pouvoir de représenter ces quatre corps de métier.

Suite... >

Au moment de négocier leur entente en 2009, l'ADISQ et l'APASQ avaient choisi de négocier dans une seule et même entente les conditions minimales pour ces huit catégories de concepteurs, tout en sachant que les conditions négociées allaient demeurer inopérantes pour quatre d'entre elles, tant et aussi longtemps que la CRT n'allait pas rendre sa décision. L'ADISQ et l'APASQ ont néanmoins décidé de privilégier cette façon de faire, parce que nombre de tâches relatives à ces huit métiers étaient liées entre elles. Il s'avère que les deux associations ont gagné leur pari : à la suite de la

décision rendue par la CRT, l'entente peut s'appliquer à l'ensemble des concepteurs susmentionnés sans que l'on ait eu à rouvrir les négociations.

L'établissement de conditions minimales pour ces catégories de travailleurs découle de la législation québécoise sur le statut de l'artiste, dont les dispositions d'ordre public encadrent la négociation d'ententes collectives applicables aux artistes et aux producteurs qui retiennent leurs services professionnels.

ENTENTE COLLECTIVE DU PHONOGRAMME S'APPLIQUANT AUX INTERPRÈTES : LA MÉDIATION VA BON TRAIN

L'ADISQ a continué cette année de participer au processus de médiation, tant avec la Guilde des musiciens qu'avec l'Union des artistes (UDA), en vue de permettre aux parties de renouveler leurs ententes collectives applicables, depuis plus de 15 ans, aux musiciens et autres artistes-interprètes dans le domaine du disque et de ses enregistrements connexes.

Au cours de la dernière année, des comités de travail composés de membres et de représentants du

personnel de l'ADISQ se sont investis dans plus d'une vingtaine de séances de médiation pour renouveler les conditions minimales, sans compter leur implication à de nombreuses consultations préalables.

Des défis particuliers, une médiation nécessaire

La négociation de ces ententes pose des défis particuliers, car les conditions minimales négociées à la fin des années 1990 continuent de

s'appliquer pour le « phonogramme sonore fabriqué et vendu au détail », mais qu'aucune norme n'est encore établie pour les artistes dont les services sont retenus par un producteur pour l'enregistrement d'un titre ou d'un album numérique.

En outre, plusieurs des conditions négociées à la fin des années 1990 sont, au fil du temps, tombées en désuétude. Il faut savoir qu'avec l'évolution des façons de faire des artistes et des producteurs, ainsi que

Suite... >

les pertes de revenus que l'industrie continue de subir depuis plus de 10 ans, le renouvellement d'ententes collectives signées dans les années 1990 pose d'importants défis aux associations qui les négocient.

Ainsi, à la demande de l'ADISQ et de ses vis-à-vis, la ministre de la Culture, des Communications et de la Condi-

tion féminine désignait, à l'automne 2011 et à l'hiver 2012, deux médiateurs: l'un dans le dossier du renouvellement de l'entente collective du phonogramme applicable depuis 1996 aux musiciens, l'autre dans celui de l'entente applicable depuis 1997 aux artistes-interprètes représentés par l'UDA.

Les échanges ont été fructueux à bien des égards au cours de la dernière année et se poursuivaient au moment où ces lignes sont écrites. L'ADISQ espère que les parties arriveront bientôt à conclure.

ÉLARGISSEMENT DU SECTEUR DE NÉGOCIATION DE L'AQTIS: L'ADISQ S'OPPOSE

L'ADISQ s'est opposée à une requête que l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) a déposée à la Commission des relations de travail (CRT) en septembre 2013.

La demande de l'AQTIS concernait l'ajout d'une centaine de fonctions artistiques à celles déjà visées par ses ententes collectives de 2001 et 2005. L'ADISQ est intervenue parce que cette requête concernait un grand nombre de ses propres membres.

Interprétations divergentes

L'AQTIS a justifié sa demande à la CRT en invoquant la *Loi modifiant la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma et d'autres dispositions législatives* (la «Loi de 2009»). À son avis, cette loi justifie l'ajout de nombreuses autres fonctions à son secteur de négociation puisqu'elle établit son pouvoir de représentation pour «toutes les personnes œuvrant comme techniciens dans des fonctions artistiques ou assimilées à des fonctions artistiques selon la [LSA] comprises dans les ententes collectives de l'AQTIS et de l'APFTQ (maintenant l'«AQPM») de 2001 et de 2005».

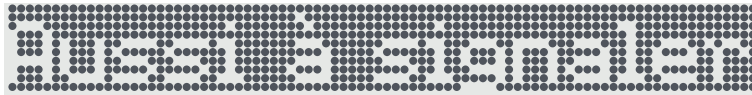
Suite... >

L'ADISQ fait une lecture différente des dispositions de la Loi de 2009. Plus particulièrement, en ce qui concerne le secteur de négociation visant les productions de type «vidéoclip» telles que définies dans la Loi (incluant notamment des captations de spectacles), cette loi prescrit que les fonctions pour lesquelles l'AQTIS est reconnue doivent préalablement faire l'objet d'une entente entre les associations intéressées, et ce, à partir de la liste des fonctions des ententes AQTIS et APFTQ de 2001 et de 2005.

Or, bien que l'AQTIS ait fait parvenir à l'ADISQ un avis de négociation en octobre 2009, à la suite duquel les parties avaient convenu de la nécessité d'établir une telle liste, l'AQTIS n'y avait pas donné suite.

Rétractation

À la suite des représentations de l'ADISQ, l'AQTIS a amendé sa requête en retirant l'ADISQ comme partie intéressée, de même que les paragraphes et conclusions touchant le «vidéoclip». De plus, conformément à ses engagements de 2009, l'AQTIS a soumis à l'ADISQ la liste des fonctions qui, à son avis, devrait éventuellement faire l'objet d'une entente collective avec l'ADISQ. À la suite de cette proposition, le conseil d'administration de l'ADISQ a formé un comité de travail pour se pencher sur la question.



RELATIONS DE TRAVAIL

En 2013-2014, l'ADISQ a offert :

- » un service téléphonique continu de renseignements généraux sur ses ententes collectives de relations de travail et de droit, ainsi que de soutien dans la résolution de réclamations ou de griefs ;
- » des représentations, au nom de la collectivité qu'elle représente, auprès de différentes instances, dont le ministère de la Culture et des Communications, la CSST, la CRT et des arbitres de griefs ;
- » du soutien dans la gestion des obligations de ses membres en santé et sécurité du travail, en collaboration avec le Centre patronal en santé et sécurité du travail (CPSST) dont l'ADISQ fait partie.

FORMATION

PROGRAMME DE FORMATION 2013-2014: EN PHASE AVEC LES BESOINS DE L'INDUSTRIE

Au cours de l'année 2013-2014, les professionnels de l'industrie musicale ont pu profiter d'une offre diversifiée en matière de formation. En effet, plus d'une vingtaine de thèmes, directement inspirés des besoins exprimés par les acteurs de l'industrie, composaient la programmation de cette année.

Parmi les sujets abordés, notons : le marketing et la promotion web, les médias sociaux, les droits et le cloud musical, le cloud pour entreprises, le référencement, les relations de travail dans le secteur de

l'enregistrement sonore et du spectacle, les métiers d'agent de spectacle et d'agent de promotion, le financement des entreprises et la fiscalité, et enfin les droits d'auteur et les sociétés de gestion.

La liste ci-contre énumère l'ensemble des formations offertes au cours de l'année.

On trouvera tous les renseignements sur les sessions à venir au www.adisq.com.

Suite... >

Le programme de formation de l'ADISQ en 2013-2014

- Présentation Rdio
- La gestion de crises
- Le programme de crédit d'impôt remboursable pour la production de spectacles
- Le programme de crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores
- Le crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores et la production de spectacles – Revenu Québec
- TPS-TVQ pour petites et moyennes entreprises
- La fiscalité des entreprises incorporées
- Formation de base Photoshop
- Formation de base WordPress
- Maximiser la performance de tous vos outils de référencement
- Informations générales sur les droits d'auteur et les droits voisins dans l'industrie musicale
- Les régimes et les sociétés de gestion collective du droit d'auteur et des droits voisins dans l'industrie musicale
- Applications pratiques découlant de la Loi sur les droits d'auteur, relativement à la production, entre autres, de DVD musicaux
- Approche pratique des sociétés de gestion
- Les droits d'auteur dans le cloud musical
- Les ententes collectives de la musique et des variétés (spectacles et enregistrements connexes) 1^{re} partie
- Les ententes collectives de la musique et des variétés (disques et enregistrements connexes) 2^e partie
- Présentation de l'entente actualisée portant sur les licences mécaniques de l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux (CMRRA)
- Présentation de l'entente portant sur les redevances mécaniques entre l'ADISQ et la SODRAC
- Comment maîtriser les principes marketing pour faire connaître votre musique
- Rudiments du métier d'agent de spectacle
- Rudiments du métier d'agent de promotion radio
- Élaborer une stratégie de médias sociaux efficace

PROMOTION COLLECTIVE



GALA DE L'ADISQ: 35 ANS À CÉLÉBRER LA MUSIQUE D'ICI!

L'ADISQ célébrait en 2013 son 35^e anniversaire. Afin de souligner l'événement, elle a tenu son traditionnel Gala à la salle Wilfrid-Pelletier de la Place des Arts, lieu qui en a accueilli la toute première édition en 1979.

Présenté le 27 octobre 2013, ce 35^e Gala de l'ADISQ a été une fois de plus animé par le talentueux Louis-José Houde. Diffusé en direct à la Télévision de Radio-Canada, le Gala a rejoint, en cette année anniversaire, plus d'un million de téléspectateurs.

Pour l'occasion, une panoplie d'artistes parmi les plus appréciés du public ont offert une prestation sur scène : Daniel Bélanger,

Luc Beauséjour, Boogat, Robert Charlebois, Cœur de pirate, Louis-Jean Cormier, Matt Herskowitz, Oliver Jones, Pierre Lapointe, Les sœurs Boulay, Les Trois Accords, Marie-Mai, Karim Ouellet et Roch Voisine. Douze gagnants, dont quatre ont été déterminés par le vote du public, se sont vu remettre un Félix au cours de la soirée.

Le Gala marquait la fin de la Semaine de toutes les musiques, au cours de laquelle l'ADISQ, au fil de ses trois galas, a récompensé de nombreux artistes, producteurs et professionnels de l'industrie de la musique.

Suite... >

L'Autre Gala de l'ADISQ, animé pour la deuxième fois par les colorés Denis Drolet, a eu lieu le 22 octobre, à la salle Wilfrid-Pelletier de la Place des Arts. Cette remise de 25 Félix artistiques a été accompagnée des performances de Jean-Marc Couture, Paul Daraïche, Gros Mené, Loco Locass et Zachary Richard, avec la participation spéciale d'Émilie-Claire Barlow, du groupe Forêt, et d'Ingrid St-Pierre.

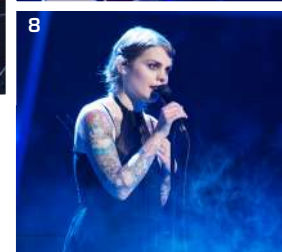
L'Autre Gala a été précédé du traditionnel Gala de l'Industrie qui avait lieu, quant à lui, au Club Soda. L'animatrice, Claudine Prévost, a procédé pour une septième année consécutive à la remise de 23 Félix industriels.

35 ans d'unions créatrices

Pour marquer cette année anniversaire, l'ADISQ a tenu à célébrer l'importance des liens qui unissent les artistes de la scène culturelle et les membres de leur équipe (gérants, agents, producteurs, attachés de presse, pisteurs radio, etc.). Indispensables, ces unions façonnent l'industrie du disque et du spectacle au Québec depuis 35 ans et contribuent indubitablement à sa vigueur remarquable.

L'ADISQ a ainsi donné la parole à plusieurs couples inspirants, formés d'un artiste et d'un membre de son entourage professionnel. Ensemble, ils ont donné le coup d'envoi des festivités du 35^e à l'occasion d'un cocktail sous le thème «Une équipe, un artiste... au service de la culture d'ici», au cours duquel ils ont témoigné de l'importance de leur relation dans leur parcours professionnel.

Suite... >



1 - Louis-José Houde, animateur du Gala de l'ADISQ; 2 - Pierre Lapointe, Les sœurs Boulay, Daniel Bélanger, Louis-Jean Cormier et Karim Ouellet; 3 - Luc Beauséjour, Matt Herskowitz et Oliver Jones; 4 - Hommage à Guy Latraverse; 5 - Boogat et Marie-Mai; 6 - Les Trois Accords et le Royal 22^e Régiment; 7 - Roch Voisine; 8 - Cœur de pirate.



Des dizaines de « couples » ont saisi cette occasion pour dévoiler en quoi leur relation professionnelle est essentielle et comment celle-ci a contribué à leur succès. Ces témoignages, immortalisés dans des capsules vidéo, sont, depuis, diffusés sur différentes plateformes.

Près de 300 nominations

Vaste opération de promotion collective s'étendant sur plusieurs mois, les Galas de l'ADISQ ont mis en lumière, cette année, 290 nominations. Issues du recensement de 194 albums et de 57 spectacles, entre autres, pour un total de 320 produits recensés pendant la période du 1^{er} juin 2012 au 31 mai 2013, ces nominations ont honoré cette année 131 artistes et plus de 95 producteurs et professionnels.

Rappelons qu'il existe plusieurs façons de déterminer les nominations et les gagnants des Félix. Pour certaines catégories, 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; pour d'autres catégories, on procède par un vote de l'Académie, qui regroupe plus de 700 personnes (membres de l'ADISQ, jurés spécialisés et directeurs musicaux). Les différents tours

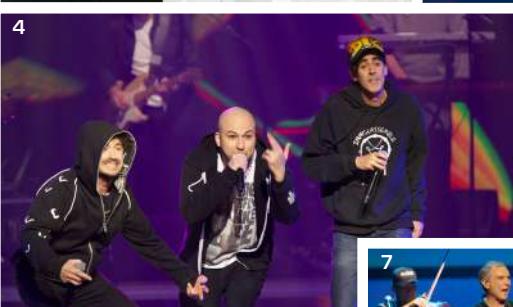
de vote qui permettent de déterminer les nominations et les récipiendaires des Félix se sont déroulés au cours de l'été.

Dans le cas des catégories soumises au vote populaire, soit Interprète féminine, Interprète masculin, Groupe et Chanson de l'année, le vote de l'Académie est combiné à un vote du public effectué en parallèle. Ces votes populaires ont eu lieu quant à eux au cours de l'automne.

Des commanditaires indispensables

L'année 2013 a été non seulement l'occasion de célébrer l'anniversaire de l'ADISQ, mais également sa collaboration plus solide que jamais avec SiriusXM Canada. Présentateur du vote populaire Interprètes et Groupe de l'année depuis huit ans, SiriusXM s'associe également au Félix Révélation de l'année.

Par leur soutien financier, la SODEC et Patrimoine canadien se sont également avérés des partenaires indispensables au succès de cette grande fête annuelle.



1- Claudine Prévost, animatrice du Gala de l'Industrie; 2 - Les Denis Drolet, animateurs de L'Autre Gala de l'ADISQ; 3 - Gros Mené; 4 - Loco Locass; 5 - Ingrid St-Pierre; 6 - Forêt; 7 - Zachary Richard et Paul Daraïche; 8 - Jean-Marc Couture; 9 - Emilie-Claire Barlow.

CONCERTATION POUR LE SPECTACLE : LE PLAN D'ACTION MIS EN ŒUVRE

La table des producteurs et des agents de spectacles de l'ADISQ s'est de nouveau réunie, en décembre 2013, pour faire le point sur certains projets – réalisés et à développer – de son plan d'action pour le spectacle.

En plus de poursuivre ses activités avec FEQ, la SATQ et RIDEAU, l'ADISQ a développé de nouveaux chantiers, notamment avec Diffusion Inter Centres et Réseau Scènes afin de favoriser la réflexion, la concertation et les meilleures pratiques entre producteurs, agents et diffuseurs de spectacles.

Aussi, en mars 2014, l'ADISQ participait à la création du Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS) avec des représentants de regroupements disciplinaires d'artistes et de producteurs de toutes les disciplines des arts vivants (danse, théâtre, musique, chanson, humour, cirque et variétés) et d'importants réseaux de diffusion, soit : l'ADISQ, l'Association des diffuseurs spécialisés en théâtre (ADST), l'Association des professionnels

de l'industrie de l'humour (APIH), le Réseau Coup de cœur francophone, le Conseil québécois de la musique (CQM), le Conseil québécois du théâtre (CQT), En Piste, La danse sur les routes du Québec, Les Voyagements, le Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis (RIDEAU), le Regroupement québécois de la danse (RQD) et Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ).

Ce groupe de travail constitue un lieu d'échanges, de réflexion, de veille et de planification d'actions collectives visant à valoriser et à stimuler la fréquentation des arts de la scène. Il a été créé dans les suites du Colloque RIDEAU sur la diffusion des arts de la scène tenu en septembre 2013. En effet, le contexte exige d'être proactif et de miser sur la force du nombre et l'action concertée pour proposer de nouvelles façons d'agir afin de valoriser et d'accroître la fréquentation des arts de la scène.

L'ADISQ AU SALON DE L'ORGANISATEUR 2013

Au congrès 2013 de la Société des Attractions Touristiques du Québec et de Festivals et Événements Québec, une causerie de l'ADISQ sur le monde du spectacle a permis aux congressistes d'échanger sur les meilleures pratiques et les pièges à éviter dans le monde du spectacle.

Au Salon, un nouveau « Marché du spectacle » qui regroupait les espaces kiosques des fournisseurs de spectacles a permis aux participants de rencontrer 23 producteurs et agents professionnels membres de l'ADISQ et d'avoir accès à plus de 300 spectacles. Ils ont également reçu la brochure « Le monde du spectacle et vous : recommandations et personnes-ressources », distribuée au stand de l'ADISQ.

Depuis 2011, l'ADISQ, FEQ et la SATQ continuent de mettre des ressources en commun pour sensibiliser les diffuseurs corporatifs et événementiels à l'importance de faire affaire avec le producteur du spectacle, notamment pour éviter qu'un intermédiaire lui vende une représentation à prix plus élevé sans lui offrir de plus-value.

Des revendeurs de spectacles, en effet, utilisent sans autorisation l'image d'artistes pour prétendre qu'ils sont habilités à représenter leur spectacle. En réalité, ces revendeurs ne font qu'acheter un spectacle du producteur pour le revendre plus cher au diffuseur, parfois en s'appropriant illégalement des sommes versées dans l'espoir d'accueillir un spectacle.

HARMONISER LA CIRCULATION DU SPECTACLE

À l'occasion de sa Rencontre d'automne, le Réseau des Organisateurs de Spectacles de l'Est du Québec (ROSEQ) a réuni des représentants de l'industrie en vue de mieux harmoniser la diffusion de spectacles, dans un contexte où l'offre ne cesse de se multiplier.

Plusieurs diffuseurs, producteurs et agents, de même que des représentants de l'ADISQ et d'autres organismes, se sont ainsi rassemblés autour d'un panel composé de six professionnels expérimentés du milieu de la chanson et des variétés.

D'incontournables lieux alternatifs

Bien que les diffuseurs pluridisciplinaires du ROSEQ aient, au fil des ans, considérablement augmenté leurs volumes de diffusion, il semble que l'émergence de lieux alternatifs soit venue changer la donne sur le terrain.

Par exemple, pour l'artiste et le producteur d'un spectacle professionnel qui ne circule pas – ou peu – chez les diffuseurs pluridisciplinaires, les lieux alternatifs apparaissent souvent comme la solution privilégiée pour répondre à la demande du public. De même, lorsqu'une tournée est morcelée sur le vaste territoire québécois, les lieux alternatifs croisés en chemin favorisent le déplacement

du spectacle en permettant au producteur d'amortir certains coûts.

Les participants ont convenu de l'utilité, pour les producteurs, de tenir les diffuseurs informés de leurs démarches de diffusion, et de travailler en équipe avec eux. Plusieurs diffuseurs offrent d'ailleurs déjà leurs espaces et développent des partenariats pour accueillir d'autres spectacles que ceux de leur programmation régulière.

L'ADISQ a salué cette initiative du ROSEQ, qui a lancé la discussion en permettant aux différents points de vue de s'exprimer dans un esprit d'équipe.

DEUXIÈME ÉDITION DE LA NUIT BORÉALE : LE QUÉBEC FAIT SA MARQUE

Le Québec a été fièrement représenté lors de la deuxième édition de la Nuit Boréale, qui s'est tenue aux Invalides, à Paris, le 21 juin 2013, dans le cadre de la Fête de la musique.

Les Québécois Marie-Pierre Arthur, Karim Ouellet et Misteur Valaire se sont joints aux artistes canadiens Braids et Hey Ocean! pour offrir une prestation en plein air haute en couleur, sur une scène équipée d'éléments multimédias.

En marge de cette soirée de concert, une activité de réseautage a eu lieu au Centre culturel canadien, afin de mettre en contact les professionnels français, québécois et canadiens de l'industrie musicale.

Ainsi, une importante délégation de professionnels québécois et canadiens a eu l'occasion de développer des liens d'affaires avec des professionnels de l'industrie française.

Nuit Boréale vise à faire entendre et connaître des talents de chez nous au public parisien et aux professionnels français, dans un but de développement de marchés et d'exportation.

L'événement est une initiative conjointe de l'ADISQ et de CIMA, avec le soutien de Musicaction et de FACTOR, et il compte également sur l'appui de l'Ambassade canadienne et du Centre culturel canadien à Paris.

L'ADISQ SE DOTE D'UN PLAN D'ACTION EN EXPORTATION

À la suite d'une vaste consultation de ses membres, l'ADISQ a établi un plan d'action en exportation qui se décline en deux types d'actions : les actions individuelles des entreprises et les actions collectives.

Les actions collectives de l'ADISQ incluent, d'une part, une vigie des foires et festivals à surveiller, qu'elle communique à ses membres, et, d'autre part, l'organisation d'activités de réseautage à l'étranger et au Québec, dont les Rencontres de l'ADISQ, où sont invitées des personnes-clés de l'industrie.

Le plan prévoit également que, dans les cas où la présence collective des entreprises à l'étranger est assurée par d'autres regroupements, l'ADISQ se charge tout de même de faire circuler l'information et de diriger ses membres vers ceux-ci, afin de s'assurer d'une bonne représentation des entreprises et artistes québécois à l'étranger.

Au cours de la dernière année, l'ADISQ a ainsi assuré la coordination d'une vitrine collective aux BIS de Nantes, les 22 et 23 janvier 2014,

de même qu'au MIDEM, à Cannes, du 1^{er} au 4 février 2014.

En ce qui a trait aux activités individuelles, l'ADISQ s'assurera, en collaboration avec les organismes subventionneurs, que les programmes de financement visant les activités d'exportation soient souples, notamment en ce qui concerne la durée minimale d'une tournée à l'étranger, et tiennent compte des spécificités des divers genres musicaux.

MIDEM 2014: LE QUÉBEC ÉTAIT PRÉSENT

Du 1^{er} au 4 février 2014 avait lieu la 48^e édition du Midem de Cannes. Encore cette année, l'ADISQ y a assuré la présence des entreprises québécoises, qu'elle a réunies sous la bannière «Musique du Québec».

Le stand du Québec se trouvait au deuxième étage du Palais des festivals, dans la section Riviera. Les entreprises et organisations québécoises qui faisaient partie de la délégation au Midem 2014 étaient les suivantes: Believe Digital Canada, Bloc-Notes Music Publishing, Dance Plant Records, Dare To Care Records, DEP Distribution Exclusive, Distributions Select, Disques Artic, Éditorial Avenue, Maisonnnette, Primadonna Productions, Productions Marc Labelle, PVB Productions, Ross-Ellis Solutions d'emballage, SODRAC, SOPROQ. Des représentants de l'ADISQ et de la SODEC étaient aussi présents.

Le marché international de la musique

Avec près de 6500 participants, le Midem constitue toujours l'une des plus importantes

foires internationales de l'industrie de la musique et demeure le rendez-vous privilégié des entreprises de l'industrie du disque du monde entier. C'est l'endroit où les producteurs de musique, les artisans et les artistes s'unissent pour enrichir la relation passionnée qui existe entre le public et la musique.

Le Midem est aussi un événement dédié au nouvel écosystème de la musique, avec un marché, des conférences, des compétitions, des activités de réseautage et des performances. En somme, l'événement rassemble une industrie de la musique en constante évolution, tous secteurs et genres confondus, autour des grandes réalités du milieu de la musique.

Les entreprises québécoises étaient présentes à la 48^e édition du Midem grâce à la participation de la SODEC. Leur présence a aussi été soutenue par le ministère du Patrimoine canadien.

LES BIS DE NANTES 2014: UN IMPORTANT RENDEZ-VOUS

Les professionnels québécois et de la francophonie canadienne étaient présents en force à l'édition 2014 des Biennales internationales du spectacle (BIS) de Nantes, qui a eu lieu les 22 et 23 janvier 2014. Pour une première fois, l'ADISQ était sur place pour coordonner le stand Musique du Québec ainsi qu'un brunch de réseautage.

Près d'une quarantaine de professionnels, de producteurs et d'agents de

spectacle d'ici se sont réunis pour l'occasion à la Cité des Congrès de Nantes. Parmi ceux-ci, notons la présence de LiveToune, qui a présenté en vitrine les artistes Keith Kouna, Marijosée, Alex Nevski et Klô Pelgag.

Créées en 2008, les BIS s'imposent désormais comme un incontournable marché, où de nombreux programmeurs de salles et de festivals viennent enrichir leur programmation.

La présence des représentants de spectacles québécois et canadiens a été rendue possible grâce à la contribution de la SODEC, de Musicaction, de la Délégation du Québec à Paris et de LOJIG.

RENCONTRES 2014: UN FRANC SUCCÈS!

Les Rencontres de l'ADISQ, qui avaient lieu le 3 avril dernier au Marché Bonsecours, ont été une fois de plus un carrefour d'échanges inspirants pour les professionnels de la musique, qui s'étaient réunis en grand nombre pour cette 19^e édition.

Dans une formule qui alliait présentations, échanges et ateliers de discussion, cet événement 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.

Cette édition des Rencontres s'est démarquée par une participation à la hausse et un vent d'optimisme qui se sont fait sentir durant tout l'événement.

Tout un programme

La programmation de cette année s'est articulée autour des thèmes suivants :

1. Musique, quelle est ta valeur ?

La musique a une valeur culturelle et identitaire indéniable. Mais dans un contexte où elle est si facilement accessible, comment

réussir à déterminer sa « juste valeur marchande » ? La valeur d'échange de la musique peut-elle encore et devrait-elle encore faire vivre des auteurs, des artistes, des musiciens et des professionnels ?

2. Le BUZZ : Quand le fan devient l'acteur, quand le fan devient le diffuseur

Étude de cas tels ceux de Stromae et Arcade Fire pour comprendre comment le buzz se crée.

3. Stratégie, stratégie, les secrets des disquaires

Le disque physique demeure encore le choix principal des consommateurs québécois quand il s'agit d'acheter de la musique. Le numérique, dont la part est toujours grandissante, représente quant à lui 30 % des achats totaux de musique. Dans ce contexte, quelles stratégies les magasins de disques adoptent-ils aujourd'hui pour attirer les acheteurs ?

4. YouTube : le clip pourra-t-il être véritablement générateur de revenus ?

YouTube, la plus importante plateforme de streaming au monde, reçoit un milliard de visiteurs par mois. Avec un tel potentiel de « cotes d'écoute », peut-on s'organiser pour maximiser le positionnement d'un clip ? Celui-ci sera-t-il véritablement une source de revenus ou encore une dépense non rentable pour longtemps ?

5. Une vraie synergie : est-ce possible ?

Pour que les fans vivent pleinement l'expérience musicale, sommes-nous prêts à augmenter la synergie entre les principaux acteurs responsables de la sortie de l'album d'un artiste, de son positionnement en magasin, de sa diffusion radio et de la tournée du spectacle ?

À souligner également : la présence des représentants des quatre principaux partis politiques provinciaux dans le cadre du panel « La parole à », au cours duquel il a

notamment été question du rôle que le gouvernement doit assumer en matière de culture, et particulièrement en musique, à l'ère du numérique.

Une soirée festive pour terminer en beauté

Les Rencontres ont été clôturées par la traditionnelle soirée de remise de prix. Animé par Mitsou Gélinas et Marina Orsini, ce gala s'est déroulé dans un esprit festif et a couronné plusieurs intervenants de l'industrie de la musique, ainsi que des artistes qui ont su se démarquer, en ce qui a trait tant aux ventes numériques qu'aux succès radio.

Ce fut également l'occasion de découvrir des artistes qui ont su trouver leur place dans l'univers musical au cours de la dernière année. Cette année, la soirée fut colorée par les performances musicales de Sally Folk, VioleTT Pi, François Lachance et Andre Papanicolaou.

Cette soirée a aussi été marquée par un discours de Monique Simard, nouvelle présidente et chef de la direction de la SODEC, discours qui a été fort remarqué et inspirant pour l'ensemble des professionnels réunis.



1 - Marina Orsini et Mitsou Gélinas, les animatrices de la soirée ; 2 - VioleTT Pi ; 3 - Claude Deschênes, Pierre-Paul St-Onge, Christine St-Pierre, Claire Samson et Yves-François Blanchet ; 4 - François Lachance ; 5 - Sally Folk ; 6 - Andre Papanicolaou ; 7 - Mitsou Gélinas, Jean-Marc Couture et Sébastien Benoît ; 8 - Nicolas Tittley, Isaac Bess, Tom Silverman, Jeff Price et Denis Ladegaillerie.

TROIS RENDEZ-VOUS : TROIS MOMENTS MARQUANTS

Comme chaque année, l'ADISQ a réuni en 2013-2014 des experts et invités d'ici et d'ailleurs, autour de thèmes porteurs, dans le cadre de ses Rendez-vous.

Rendez-vous avec le fondateur de tôt Ou tard

Le 20 juin dernier, L'ADISQ et les FrancoFolies ont accueilli le fondateur du label tôt Ou tard, Vincent Frèrebeau. Ce dernier s'est également fait connaître comme acteur de la création indépendante, président des Victoires de la Musique de 2005 à 2006, puis de 2011 à ce jour, et enfin comme président de l'Union des producteurs phonographiques français indépendants (UPFI) de 2008 à 2010.

Tout d'abord technicien, musicien et compositeur, Vincent Frèrebeau a poursuivi son parcours dans le milieu de la musique comme directeur artistique chez EMI, en 1985. Par la suite, il a orienté sa carrière vers la réalisation artistique et les studios d'enregistrement. C'est à ce moment qu'il fait la rencontre de Thomas Fersen et qu'il lui fait enregistrer son premier single chez Phonogram (Universal). Au cours d'un passage remarqué chez WEA

Music, de 1991 à 1996, il crée tôt Ou tard au sein même de l'entreprise. À cette époque, le label représente entre autres Jacques Higelin, Lhasa et Dick Annegarn. Au début 2002, il crée la version indépendante de son label et quitte Warner. tôt Ou tard compte aujourd'hui plus d'une quarantaine d'artistes dont deux artistes d'ici, Lisa LeBlanc et Salomé Leclerc.

Rendez-vous avec l'Europe

Un second Rendez-vous de l'ADISQ, organisé en collaboration avec le Festival international de la chanson de Granby, a eu lieu à l'Hôtel Castel & Spa Confort de Granby, le 13 septembre 2013. Celui-ci s'est penché sur les défis de l'exportation de la musique québécoise en Europe.

Pour l'occasion, un panel d'experts français, belges et suisses a été réuni pour répondre à plusieurs questions portant sur l'exportation de la musique québécoise en territoire européen : comment développer et réussir sa stratégie médiatique et de diffusion en Europe ? Comment rejoindre son public ? Quelles sont les pistes efficaces pour réussir ? Quels sont les prérequis ? Comment réunir la filière

des médias (écrits et électroniques) et celle des diffuseurs pour la mise en marché efficace d'un artiste francophone en Europe ? S'occupe-t-on suffisamment des médias locaux ?

Animé par Éric Robitaille d'Ici Radio-Canada Première en Ontario, le panel a réuni Serge Beyer de Sur la même longueur d'ondes, Charles Gardier des Francofolies de Spa, Éric Grosjean de Radio Télévision Suisse, Alain Navarro du Festival Pause Guitare, Élodie Suigo de France Bleue, Alexandra Vassen de RTBF – La Première et Sébastien Zamora de Zamora Production.

Rendez-vous avec le marché

Organisé en collaboration avec Coup de cœur francophone, un autre Rendez-vous de l'ADISQ a eu lieu le 14 novembre dernier, au Lion d'Or. Pour plus de détails à ce sujet, consulter ci-après l'article intitulé L'ADISQ lance son guide de mise en marché.

L'ADISQ ET L'ACR LANCENT UN GUIDE DE MISE EN MARCHÉ

L'ADISQ et l'Association canadienne des radiodiffuseurs ont lancé au mois de novembre dernier un Guide de mise en marché de la musique québécoise francophone.

Élaboré à partir d'une étude conduite auprès de 5 000 Québécois grâce à une contribution financière du Fonds RadioStar, cet outil web permet aux professionnels de mieux connaître le public potentiel de leurs projets et ainsi de développer des astuces de mise en marché encore plus efficaces.

Le lancement du Guide a eu lieu dans le cadre d'un Rendez-vous de l'ADISQ, organisé en collaboration avec Coup de cœur francophone, le 14 novembre dernier, au Lion d'Or.

Le guide a suscité beaucoup d'intérêt : 70 personnes ont participé au dévoilement du nouvel outil, présenté par Thomas

Jolicœur, responsable des programmes et de la réglementation au Fonds RadioStar, et par Annie Provencher, directrice des affaires réglementaires et de la recherche à l'ADISQ.

Le guide met en lumière différents renseignements et des statistiques relatives à quatre angles d'approche du public : l'âge, la région, le style musical et le profil socio-musical. Ces précieux renseignements permettent aux professionnels de mieux connaître les particularités du public potentiel de leurs projets, et ainsi de développer des approches de mise en marché encore plus efficaces.

Pour consulter ce guide en ligne, un nom d'utilisateur et un mot de passe sont requis. On peut en faire la demande à info@guidemqf.ca.

CLIC FRANCO : UNE NOUVEAUTÉ RADIOPHONIQUE QUI FAIT DU BRUIT

Le 30 août 2013, l'ADISQ et l'Association québécoise des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) ont lancé Clic Franco, une émission de radio présentant les nouveautés musicales québécoises d'artistes émergents et d'artistes établis.

L'émission hebdomadaire, produite par le FM 103,3 de Longueuil et réalisée par l'ARCQ en collaboration avec l'ADISQ, est offerte aux 33 stations membres de l'ARCQ. D'une durée d'une heure, elle présente au public 12 nouveautés musicales québécoises, principalement francophones, sorties dans les semaines précédentes et disponibles sur 45tours.ca.

L'ADISQ et l'ARCQ se disent enthousiastes de cette collaboration qui, selon elles, fournira un tremplin de choix aux artistes d'ici et contribuera positivement au rayonnement de la grande diversité musicale de la production québécoise.

PROGRAMME PRIVILÈGE DE L'ADISQ: DÉJÀ 25 PARTENAIRES

Ce programme mis sur pied par l'ADISQ a déjà un an. Il vise à offrir à ses membres l'accès à un maximum d'avantages et de rabais sur plusieurs produits et services d'entreprises de tous types, allant de l'hébergement à la restauration en passant par des produits et services reliés directement à l'industrie de la musique.

Plus de 25 partenaires sont déjà inscrits au programme Privilège de l'ADISQ, pour le plus grand plaisir de ses membres.

La liste des partenaires est appelée à s'enrichir au fil du temps.



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 en outre 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 2013-2014

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-présidente, Spectacle

Geneviève Touchette

Audiogram

Vice-président, Vidéo

Benoît Clermont

Productions J

Secrétaire

Georges Tremblay

DEP Distribution Exclusive

Trésorier

Raymond DuBerger

Disques Artic

Administrateurs

François Bissoondoyal

L'Équipe Spectra

Sandy Boutin

Festival de musique émergente

Julie M. Fournier

Analekta

Pierre Gladu

Instinct Musique

Sébastien Nasra

Avalanche Productions

Luc Piette

EDC Musique

Jean-François Renaud

Concertium

Martine Rozon

Productions Juste pour rire II

L'ÉQUIPE DE L'ADISQ

Direction générale

Solange Drouin

Vice-présidente aux affaires publiques et directrice générale

Lyette Bouchard

Directrice générale adjointe

Galas et communications

Julie Gariépy

Productrice exécutive
et directrice des Galas
de l'ADISQ
Directrice de la
promotion collective
et des communications

Valérie Roy

Coordonnatrice aux
communications

Nicole Lalonde

Coordonnatrice aux
inscriptions-événements

Kathy Leclerc

Coordonnatrice
aux communications

**Affaires réglementaires
et recherche**

Annie Provencher

Directrice des affaires
réglementaires et de
la recherche

Geneviève Grimard

Analyste principale, Affaires
réglementaires et recherche
(jusqu'en août 2013)

Marie-Julie Desrochers

Analyste, Affaires réglemen-
taires et recherche

**Alexandra Gendron-
Deslandes**

Agente de recherche,
Affaires réglementaires

Relations de travail

Stéphanie Hénault

Directrice des relations
de travail et responsable
des partenariats pour
le spectacle

Sophie Hébert

Conseillère aux relations
de travail

Simon Prud'homme

Agent aux relations de travail

Administration

DanyElle Taupier

Contrôleuse

Natalie Chevrier

Comptable

David Lefebvre

Coordonnateur du Palmarès
et support T.I.

Anne-Marie Lanthier

Coordonnatrice au membership
et à l'administration

Marie-Sophie Villeneuve

Coordonnatrice à la formation
et aux Rendez-vous de l'ADISQ
(jusqu'en septembre 2013)

Julie Péloquin

Secrétaire réceptionniste



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

Tous droits réservés.
© 2014 – 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