

Mémoire pour les consultations prébudgétaires en
prévision du budget fédéral de 2024

4 août 2023

ASSURER UN SOUTIEN PÉRENNE À L'INDUSTRIE
MUSICALE POUR MAINTENIR UN ÉCOSYSTÈME
SAIN ET DIVERSIFIÉ



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

Un écosystème musical reposant sur de petites entreprises indépendantes

L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo : une association représentative du milieu entrepreneurial musical

Près de 185 entreprises québécoises indépendantes et œuvrant dans les domaines suivants :

- production de disques, de spectacles et de vidéos
- maisons de disques
- gérance d'artistes
- distribution de disques
- maisons d'édition
- agences de spectacles
- salles et diffuseurs de spectacles
- agences de promotion et de relations de presse

Notre écosystème musical est unique au monde. En effet, 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression française est le fait de structures indépendantes.

Rappelons une spécificité des producteurs indépendants de musique francophone : face à l'étroitesse du marché, ils ont dû se diversifier, et sont souvent à la fois des producteurs d'enregistrements sonores et des producteurs de spectacles.

Des entreprises structurantes pour la chaîne de valeur

L'industrie canadienne francophone de la musique en quelques données clés (données issues de l'étude de la SODEC sur la [Situation financière des entreprises du PADISQ](#) pour 2018-2019, soit avant la pandémie) :

- L'année précédant la pandémie, les entreprises soutenues par la SODEC ont généré 156 M\$.
- 85 % de ces revenus sont autonomes, 56 % d'entre eux découlent du spectacle.
- La majorité des dépenses effectuées dans le secteur vont à la main-d'œuvre. En enregistrement sonore, c'est à hauteur de 66 % et en spectacle, 77 %.

Le modèle entrepreneurial repose sur le principe du capital de risque : il permet à des producteurs d'investir une part des profits récoltés grâce à ses succès dans le développement d'artistes émergents comme établis, soutenant ainsi une masse critique d'artistes tout en proposant une offre musicale diversifiée. Le développement d'une carrière d'artiste prend du temps et nécessite des investissements continus, de la création à la diffusion.

Demande de l'ADISQ pour bâtir une reprise pérenne reposant sur des entreprises fortes

Augmentation « des contributions annuelles au Fonds de la musique du Canada (FMC) de façon à octroyer un financement amélioré et plus stable au secteur de la musique »¹ à hauteur de **60 millions \$ d'ici 2024-2025**²

- Cette demande se base sur l'engagement de la plateforme libérale de 2021 d'une augmentation de la contribution annuelle au FMC pour le porter à 50 millions de dollars d'ici 2024-2025, tout en prenant en compte l'inflation, la pénurie de main-d'œuvre, et la situation particulière du spectacle.
- Cette demande rejoint celle de nos homologues de la Canadian Independent Music Association.

Au regard de la situation de notre industrie, nous demandons que toutes les sommes soient engagées dès 2024-2025.

En dirigeant ce soutien vers les entreprises responsables de la production et de la commercialisation d'enregistrements sonores et de spectacles, l'efficacité de celui-ci est maximisée en favorisant des investissements qui génèrent des retombées pour l'ensemble de l'écosystème.

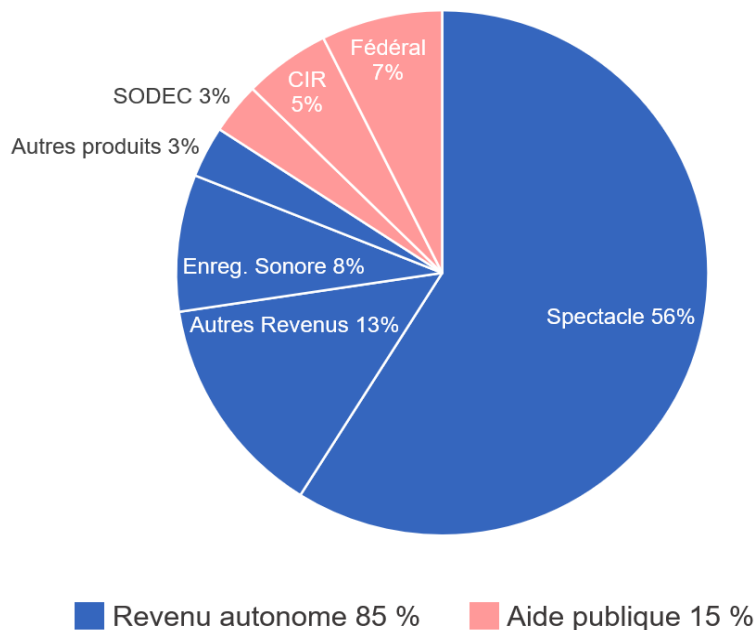
¹Cabinet du premier ministre (16/12/2021). [Lettre de mandat du ministre du Patrimoine canadien](#).

²Le détail des recommandations se trouve à la page 8

Pourquoi soutenir les entreprises responsables de la production musicale ?

Le soutien public : Un effet de levier

Répartition des revenus des entreprises du PADISQ (2018-2019)



Source : SODEC, Situation financière des entreprises du PADISQ (2018-2019)

En musique, l'investissement public a un effet de levier qui permet aux entrepreneurs de prendre des risques et d'investir. Ainsi, en ciblant ces entrepreneurs, plutôt qu'en diluant l'aide, on maximise les retombées pour l'écosystème.

Un soutien public qui produit de grandes retombées

La production de musique et de spectacles est assumée par des entreprises indépendantes qui supportent des risques importants.

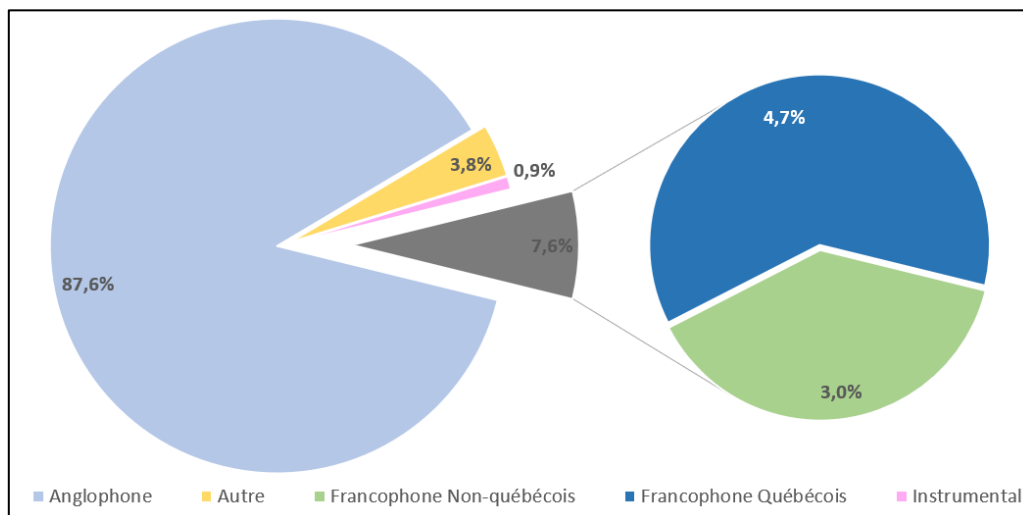
Dans le contexte actuel de grande incertitude, **le cycle d'investissement, crucial à l'épanouissement de l'industrie musicale, doit être maintenu.**

Nos demandes visent à :

- soutenir une masse critique d'artistes, de la création jusqu'à la commercialisation, en enregistrement sonore et en spectacle, mais également une pléthore d'artisans, techniciens et professionnels ;
- stimuler la production originale musicale canadienne dans les deux langues officielles et dans sa diversité, et notamment celle des artistes émergents (plus risquée) ;
- préserver un maximum d'entreprises indépendantes, lesquelles emploient une main-d'œuvre importante et qualifiée ;
- maintenir un écosystème constitué d'entreprises locales, qui produit des retombées économiques, territoriales et sociales importantes.

Un marché encore déséquilibré

Répartition des écoutes sur les services en ligne audio au Québec sur le Top 5 000, selon la langue



Source : Luminare (analyse ADISQ)

Données recensées au Québec du 22 octobre 2021 au 29 juin 2023

En *streaming*, au Québec, les pistes d'artistes québécois en français ne captent que 5 % des parts d'écoute. Il est difficile de concurrencer les grandes vedettes internationales qui bénéficient de ressources colossales. Aujourd'hui, pour nos artistes, il est particulièrement difficile de rejoindre leur public.

Depuis 20 ans : un processus de destruction de la valeur

Les ventes d'albums physiques et numériques se sont effondrées et les revenus découlant du streaming sont faméliques.

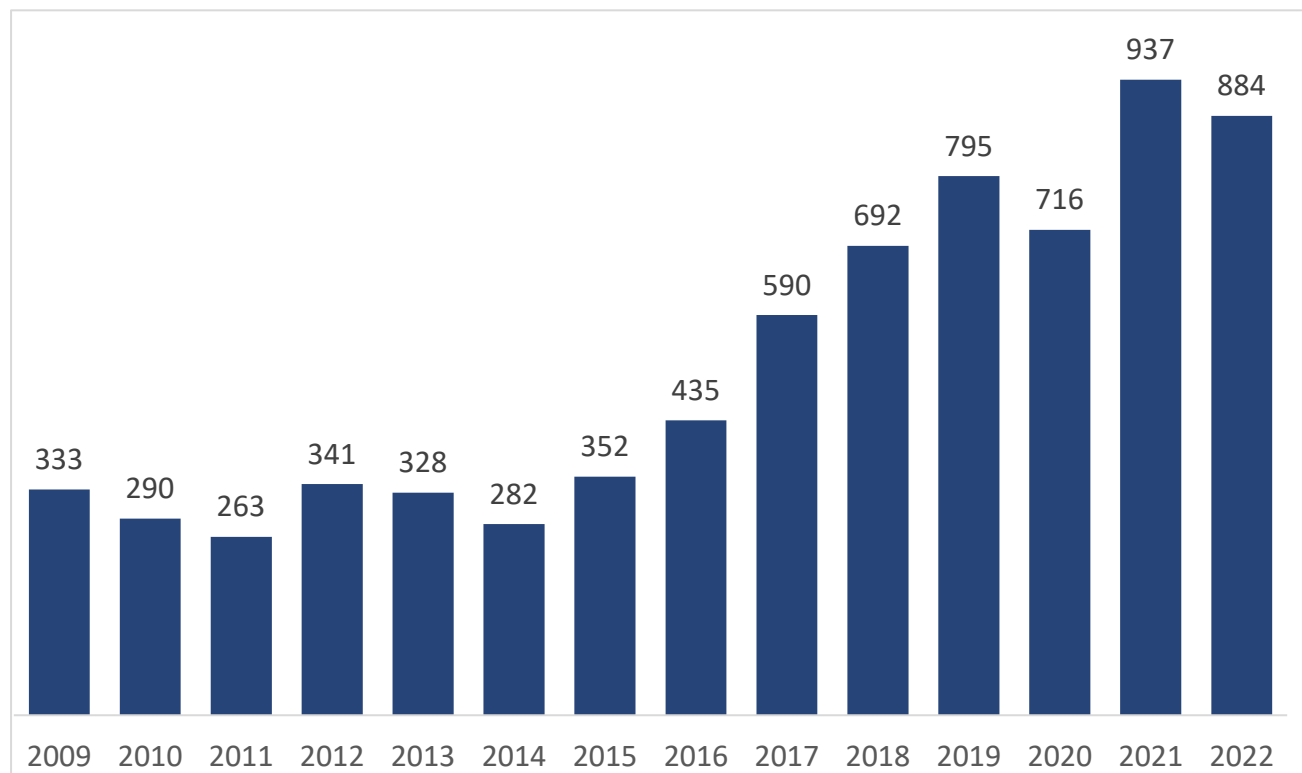
Si la *Loi sur la radiodiffusion* a été adoptée, les effets de celle-ci ne se feront pas sentir avant un moment. En attendant, les services de musique en ligne n'ont encore aucune obligation de mise en valeur et de financement de la production locale.

Depuis 2012, des modifications à la *Loi sur le droit d'auteur* privent l'industrie de dizaines de millions de dollars

Parallèlement, pour faire face à ces défis et rivaliser avec les majors, nos entreprises ont des besoins importants en commercialisation et promotion, ainsi que pour le développement d'une intelligence d'affaires adaptée au numérique.

Une offre des plus abondantes, une plus grande difficulté de se démarquer

Évolution de l'offre d'albums québécois 2009-2022



Source : L'ADISQ

L'abondance de contenus musicaux n'est pas unique à notre marché.

Environ 100 000 pistes musicales sont téléchargées par jour sur Spotify.

Parallèlement, ce sont quelques grandes vedettes qui captent une partie des écoutes.

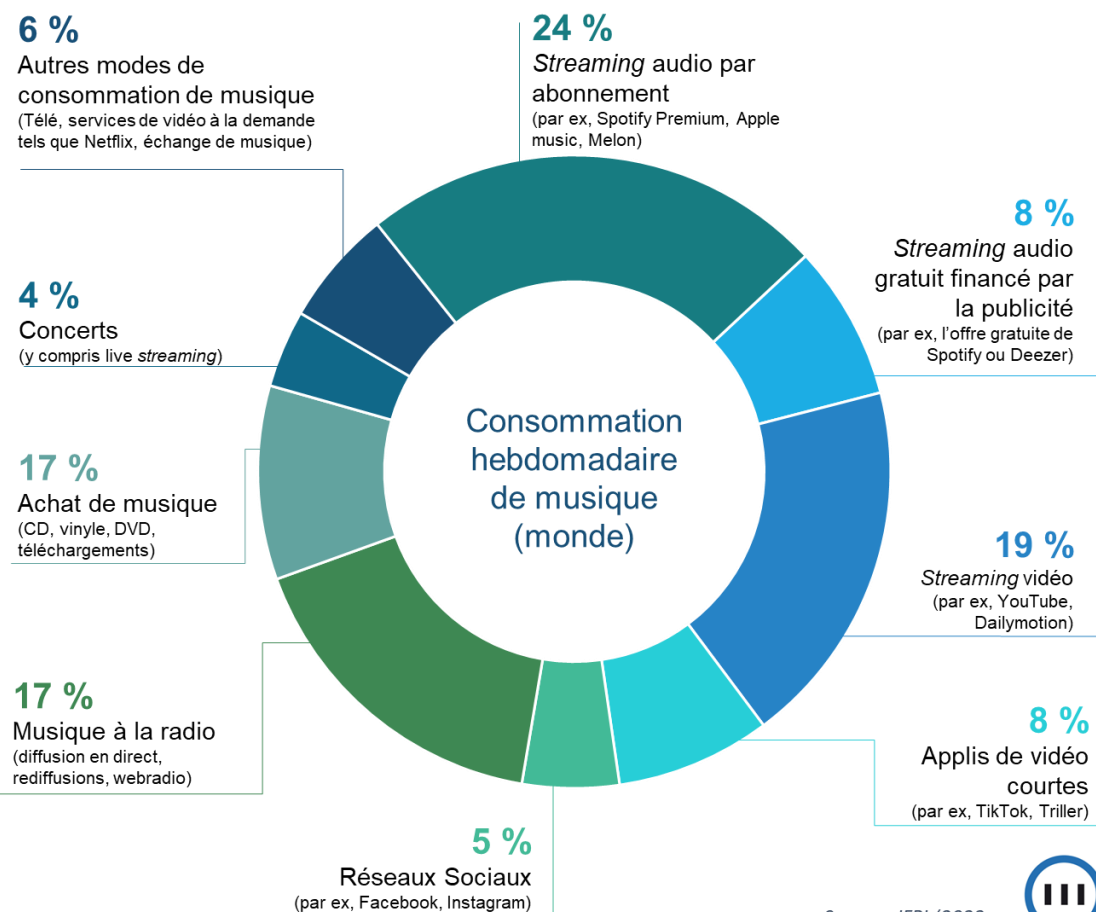
Pour un artiste œuvrant dans un petit marché, il est donc difficile de se démarquer.

Un éclatement des pratiques d'écoute qui complique la rentabilisation des projets

En plus d'œuvrer dans un environnement d'affaires où la concurrence se fait de plus en plus féroce, nos entreprises doivent composer avec des pratiques d'écoute qui se complexifient et se multiplient.

À l'heure où les revenus sont particulièrement bas, il n'a jamais été aussi complexe de rejoindre le public.

Il faut investir plus pour des retombées moindres.



Source : IFPI (2022)



Spectacle : Le difficile retour à la normale

- Notre secteur fait face à une situation d'engorgement en spectacle qui a largement été amplifiée par la COVID.
- Le comportement des publics a évolué. On observe un retour en salle lent qui touche les artistes émergents, comme les intermédiaires. Les spectateurs ont du mal à se projeter et achètent donc moins de billets et/ou le font de plus en plus au dernier moment. Cette situation génère une forte incertitude.
- Enfin, nos producteurs doivent rivaliser avec des spectacles internationaux disposant de budgets démesurés.

Les projets risqués particulièrement menacés

Ce sont les projets plus à risque qui souffriront le plus de ce contexte, à savoir les productions :

- **francophones ;**
- **originales ;**
- **d'artistes émergents ;**
- **d'artistes œuvrant dans des créneaux spécialisés.**

C'est la diversité et le renouvellement de notre paysage musical qui sont en jeu.

Une situation économique tendue qui affecte l'activité de nos entreprises et leurs marges

Une pénurie de main-d'œuvre qui affecte l'industrie musicale

Comme partout, la pénurie de main-d'œuvre affecte le secteur musical, mais celle-ci a été amplifiée par la COVID. L'arrêt complet des activités a généré de nombreux départs, et beaucoup ne reviendront pas. Que ce soit en administration, en comptabilité, en communication, aucun secteur d'activité n'est épargné. Cela affecte grandement le fonctionnement des entreprises.

Avec l'augmentation des salaires (on observe des croissances de 15 à 20 % dans certains domaines), les petites entreprises indépendantes aux moyens limités peinent à demeurer attrayantes.

C'est d'autant plus problématique que pour demeurer compétitif, attirer une main-d'œuvre spécialisée, en particulier sur les enjeux liés au numérique, est incontournable.

L'inflation : un effet ciseaux

L'inflation touche fortement notre secteur, que ce soit dans le fonctionnement quotidien ou en spectacle, où les coûts ont considérablement augmenté (matières premières, déplacements, techniciens) alors que les marges sont extrêmement serrées.

Parallèlement, il est difficile d'augmenter les revenus. En enregistrement sonore, ils sont faméliques, et en ce qui concerne les spectacles de chanson francophone, il n'y a pas de marge pour augmenter le prix de vente des billets.

En 2019, selon l'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec, le prix moyen du billet était de 34 \$ pour un spectacle de chanson francophone contre 61 \$ pour un anglophone. En 2021, le prix moyen d'un billet d'un spectacle de chanson francophone était de 33 \$ contre 71 \$ pour un anglophone. Ainsi, malgré une augmentation des coûts, les prix des spectacles de chanson francophone restent stables pendant que d'autres spectacles à grand déploiement proposent des tarifs démesurés.

Enfin, le contexte inflationniste risque de mener à une réallocation des dépenses des ménages qui se matérialiserait par un recentrage vers des dépenses incompressibles et une réduction des dépenses en culture et en loisirs.

Un contexte nécessitant un soutien qui contribue de manière durable à notre écosystème

- **Un contexte qui pèse sur la situation de la fondation Musicaction et donc le soutien à l'écosystème musical francophone**

Musicaction se trouve dans une situation financière difficile notamment en raison de la fin des mesures d'urgence, du non-renouvellement du mandat Stratégies d'exportations créatives et de la baisse des contributions des radiodiffuseurs tandis que les effets de l'adoption de C-11 prendront du temps à se faire sentir. À cela s'ajoute, la perspective de voir l'extension du 10 million de dollars annuels de financement prendre fin aux termes de l'année financière en cours (2023-2024). Dans le cadre de son budget 23-24, afin de préserver la santé financière du fond à moyen terme, **Musicaction a dû réduire le niveau du financement octroyé aux bénéficiaires.**

- **Soutenir un modèle entrepreneurial au service de notre écosystème**

Ce contexte illustre le besoin de prévisibilité de nos entreprises, ce qui passe notamment par un soutien adapté et stable. Celui-ci devrait se matérialiser par des **aides en production et surtout en commercialisation** afin d'aider nos entreprises à se démarquer dans un contexte d'hyperoffre et face à une concurrence étrangère disposant d'importants moyens.

Ce contexte difficile dans lequel gravitent nos entreprises implique que pour se démarquer et développer la carrière des artistes à long terme, celles-ci doivent disposer **de moyens adaptés.**

- **Développer une expertise de pointe au service des artistes**

Ce soutien devrait également **contribuer au fonctionnement des entreprises** qui emploient des équipes compétentes au service du développement de carrière d'une masse critique d'artistes, entreprises dont les coûts et les besoins en ressources humaines ont fortement augmenté.

- **Soutenir adéquatement le spectacle**

En spectacle, il est essentiel d'aller à la rencontre du public et de leur proposer des productions attractives. Dans un contexte où les marges sont de plus en plus serrées, les producteurs de spectacles ont besoin de **moyens adéquats en production et commercialisation** pour proposer une offre de qualité, la faire connaître et la faire voyager.

Demande pour maintenir un écosystème sain et diversifié dans une situation économique tendue

Augmentation « *des contributions annuelles au Fonds de la musique du Canada de façon à octroyer un financement amélioré et plus stable au secteur de la musique* » à hauteur de **60 millions \$ d'ici 2024-2025.**

- Recommandation 1 : Soutien financier visant **la production et la commercialisation de musique enregistrée : 30 M\$**
- Recommandation 2 : Soutien financier additionnel visant **la production et la commercialisation de spectacles**, notamment en faveur d'artistes émergents : **12 M\$**
- Recommandation 3 : Soutien financier additionnel au fonctionnement visant à **la rétention et au développement de compétences de la main-d'œuvre : 12 M\$**
- Recommandation 4 : Soutien à l'**exportation : 6 M\$**

Répartition selon le ratio historique de 40 % pour Musicaction et 60 % pour FACTOR. Ces demandes représentent, pour le marché francophone, 24 M\$.