

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE



Ontario

Ontario Media Development
Corporation

Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario

www.omdc.on.ca

Introduction

L'industrie de l'enregistrement sonore canadienne comprend une vaste gamme d'artistes et d'entrepreneurs qui créent, produisent et commercialisent de la musique canadienne originale. Elle rassemble des musiciens, des compositeurs, des maisons de disques, des directeurs artistiques, des promoteurs de concert et des éditeurs de musique. Le marché canadien est dominé par les grandes maisons de disques et d'édition multinationales, mais possède également un solide secteur indépendant principalement composé de maisons de disques, d'éditeurs et d'agents de petite et de moyenne tailles. La vaste majorité du contenu canadien est mis en vente par des labels indépendants d'appartenance et sous contrôle canadiens. Le secteur de la musique enregistrée est le moteur d'une industrie de la musique beaucoup plus vaste qui génère plus de 130 milliards de dollars américains dans le monde, soit plus de trois fois la valeur du secteur de la musique enregistrée à lui seul¹.

L'industrie de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale de l'Ontario est la plus importante au Canada; c'est elle qui génère le plus de revenus, toutes catégories confondues, de la production de disques à l'édition musicale en passant par les studios d'enregistrement sonore². De plus, l'industrie ontarienne produit un très grand nombre d'artistes acclamés par la critique. Les nominés aux Prix Juno 2009 ont inclus des artistes et des albums produits par une longue liste de labels ontariens comme MapleMusic, Arts & Crafts, Last Gang Records, Dine Alone Records, Six Shooter Records, Distorts et d'autres. Parmi les lauréats, le groupe The Stills (Arts & Crafts) a été récompensé dans les catégories Groupe de la relève de l'année et Album alternatif de l'année, et Dallas Green (Dine Alone Records) a remporté le prix de l'Auteur-compositeur de l'année. Les artistes ontariens reçoivent également d'autres consécration, ainsi le Prix Polaris 2008 a été décerné à l'artiste de musique électronique Caribou pour son album *Andorra*. Arts & Crafts et Dine Alone Records ont aussi récemment été cités dans le palmarès *Billboard Canada* des 25 meilleurs labels de 2008. À la lumière de ces récentes distinctions, il n'est pas surprenant que le cofondateur et président d'Arts & Crafts, Jeffrey Remedios, ait été désigné par *Rolling Stone* comme l'un des neufs initiés du secteur de la musique destinés à transformer la musique dans les années à venir³.

TAILLE DE L'INDUSTRIE ET IMPACT ÉCONOMIQUE

Maisons de disques

- Les revenus d'exploitation totaux des maisons de disques canadiennes (qui incluent les maisons de disques multinationales travaillant au Canada) ont chuté, passant de 712,3 millions de dollars en 2006 à 683 millions de dollars en 2007. Les sociétés ontariennes ont également connu une baisse de leurs revenus qui ont atteint 501,1 millions de dollars en 2007 contre 533,4 millions de dollars l'année précédente. La C.-B. a également connu un déclin similaire, tandis que les autres provinces ont enregistré des gains entre 2006 et 2007. La baisse affichée par l'Ontario en 2007 est intervenue à la suite d'une augmentation significative des revenus entre 2005 et 2006 (de 479,4 millions de dollars à 533,4 millions de dollars), à une époque où toutes les autres régions connaissaient un recul⁴.
- La majorité des revenus des maisons de disques, soit environ 79 %, a continué d'être générée par des sociétés sous contrôle étranger en 2006. Cependant, les maisons de disques sous contrôle canadien ont maintenu le cap et se sont attachées à relever les défis concurrentiels auxquels elles ont été confrontées en 2006, augmentant leurs revenus totaux

de 6,6 % pour atteindre 144,8 millions de dollars. Par conséquent, la part de leurs revenus dans l'industrie a progressé, passant de 18 % en 2005 à 21 % en 2006⁵.

- En 2007, les maisons de disques canadiennes ont versé 85,5 millions de dollars sous forme de salaires, traitements et avantages sociaux à leurs employés. La majeure partie de ces rémunérations, soit 65,3 millions de dollars, a été payée en Ontario. Ces deux chiffres sont en recul par rapport à ceux de 2006. Cette tendance à la baisse au niveau des rémunérations versées s'est répercutée à l'échelle nationale, hormis au Québec puisque la province a signalé une augmentation des salaires versés entre 2006 et 2007⁶.

Édition musicale

- Au total, les revenus d'exploitation du secteur de l'édition musicale canadienne ont augmenté de 8,2 % en 2007 pour atteindre 134,5 millions de dollars. Cependant, les marges bénéficiaires ont chuté à 8,6 % sur la même période, comparé à 10,1 % en 2006⁷.

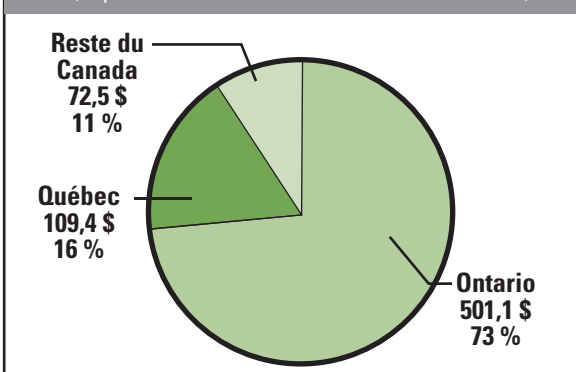
Studios d'enregistrement sonore

- Les revenus d'exploitation totaux des studios d'enregistrement canadiens ont augmenté de 25,9 % en 2007, atteignant 104,4 millions de dollars. Bien que les frais d'exploitation aient augmenté de 21,3 % pour atteindre 88,1 millions de dollars sur la même période, les marges de profit ont continué à progresser de 12,5 % en 2006 à 15,6 % en 2007. Cette tendance s'est confirmée en Ontario où les revenus d'exploitation ont augmenté jusqu'à 41,6 millions de dollars en 2007 (par rapport à 34,5 millions de dollars en 2006), tandis que la marge brute d'exploitation a progressé de 14,3 % à 19,0 %⁸.

Marché grand public

- D'après les prévisions, le marché mondial de la musique enregistrée – défini comme les dépenses des consommateurs pour de la musique aux formats

Revenus d'exploitation des maisons de disques canadiennes en 2007, par région
(exprimés dans le tableau en milliers de dollars)



Source : Statistique Canada, « Résultats CANSIM : Enregistrement sonore et édition de musique, 2007 », Tableau 361-0005, 6 avril 2009.

physique et numérique – devrait chuter de 3,8 % en 2008, atteignant 32,2 milliards de dollars américains. Cette baisse est due en grande partie au déclin des achats de formats physiques. Bien que les achats de formats numériques aient continué d'augmenter de 27,9 % en 2008, cette progression ne permettra pas de compenser les pertes⁹.

- Le marché de la musique enregistrée canadienne devrait, d'après les prévisions, baisser de 9,7 % en 2008 pour atteindre une valeur marchande totale de 627 millions de dollars américains. Ce déclin est légèrement inférieur à celui de 2007 qui s'élevait à 11,3 %¹⁰.
- Après cinq années de repli, les exportations canadiennes de musique enregistrée ont légèrement augmenté en 2007, atteignant 125,9 millions de dollars. La vaste majorité de ces exportations, soit 123,1 millions de dollars, était destinée aux États-Unis¹¹.
- En 2006, les ventes d'albums physiques au Canada s'élevaient à 45,2 millions d'unités. En incluant les ventes numériques, 47,7 millions d'albums et de leurs équivalents numériques ont été vendus en 2006¹².
- En 2005, les recettes totales provenant des concerts en direct, au Canada, s'élevaient à 752,8 millions de dollars. Selon l'estimation de *Billboard Magazine*, les ventes brutes de billets de concert en Amérique du nord totalisent 3,5 milliards de dollars¹³.

TENDANCES ET ENJEUX

Tendances de consommation

- D'après les prévisions, le marché mondial de la musique enregistrée devrait atteindre 32,5 milliards de dollars américains en 2012, avec un taux de croissance annuel cumulé négatif de -0,6 %. Le marché canadien de la musique enregistrée devrait se chiffrer à 660 millions de dollars américains en 2012, avec un taux de déclin annuel cumulé de 1,0 %¹⁴.

- D'après Nielsen SoundScan, les ventes canadiennes, tous types de musique confondus (singles numériques et traditionnels, albums et vidéo) ont augmenté de 11,5 % atteignant 78,5 millions d'unités en 2008. Cette hausse a été en grande partie stimulée par un pic des ventes de pistes simples. Les ventes d'albums conventionnels ont chuté de 8,5 % en 2008 avec 40,6 millions d'albums vendus. De plus, les Canadiens achètent moins de musique dans les établissements de vente au détail. En effet, les ventes de musique en détail sont en baisse; elles représentent 58 % de l'ensemble des ventes d'albums, comparé à 63 % en 2007¹⁵.

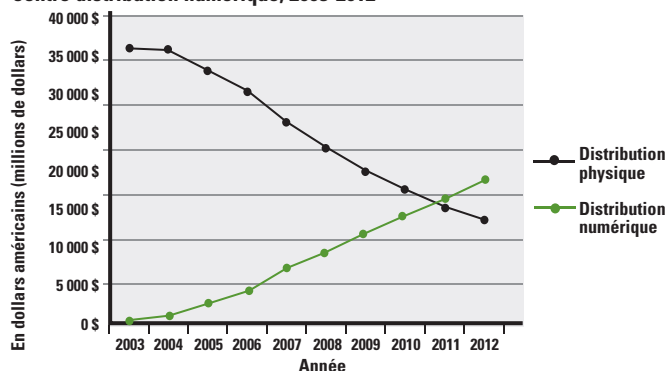
Développement technologique

- La migration vers le numérique est à son apogée dans l'industrie de la musique. Bien que les achats des consommateurs, qui se concentrent sur des formats numériques moins onéreux, n'aient pas encore dépassé les ventes de formats physiques, les dépenses numériques sont à la hausse et les dépenses sur les formats physiques baissent. D'après les prévisions, les dépenses des consommateurs sur les formats physiques chuteront mondialement à un taux annuel cumulé de 12,2 % jusqu'en 2012. Par contraste, les achats des consommateurs par la distribution numérique, dont Internet et la distribution par téléphone mobile, s'accroîtront à un taux de 20,8 % jusqu'en 2012. Ces estimations montrent qu'à dollar égal, les dépenses sur les formats numériques devanceront les dépenses sur les formats physiques d'ici 2011¹⁶.
- La popularité du téléchargement numérique de musique connaît une croissance mondiale, mais cette tendance est particulièrement prononcée au Canada. D'après un récent rapport de Nielsen SoundScan, plus de 40 millions de pistes de musique numérique ont été achetées au Canada en 2008, ce qui représente une augmentation de 58 % par rapport à 2007. Les ventes de musique numérique aux États-Unis ont également augmenté, quoique plus modérément, de 28 % sur la même période. Ainsi, pour la troisième année, le Canada a devancé les États-Unis au chapitre de la

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA

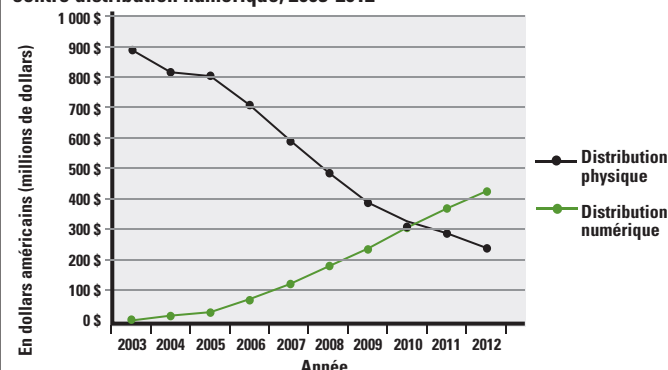
MUSIQUE

Marché mondial de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2003-2012



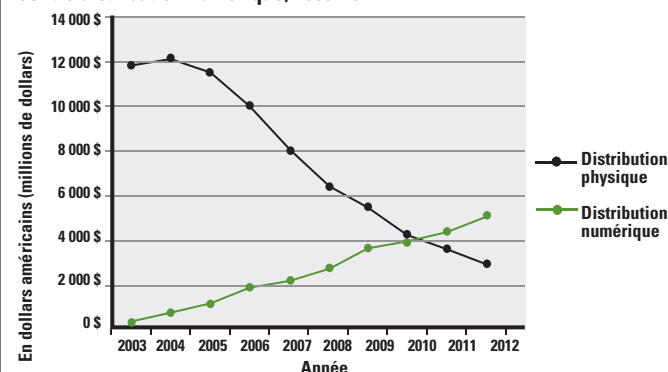
Source : PwC, *Global and Entertainment and Media Outlook, 2008-2012*, p. 304

Marché canadien de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2003-2012



Source : PwC, *Global and Entertainment and Media Outlook, 2008-2012*, p. 344

Marché américain de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2003-2012



Source : PwC, *Global and Entertainment and Media Outlook, 2008-2012*, p. 305

croissance des ventes de musique numérique¹⁷. Les ventes numériques sont désormais sur le point de dépasser les ventes d'albums conventionnels. En fait, en novembre 2008, Warner Music Group a annoncé que, pour la première fois, les recettes numériques de sa filiale, Atlantic Records, avaient devancé les ventes de disques compacts¹⁸.

- L'Ontario possède un taux de pénétration d'Internet plus élevé que la moyenne nationale, et les Ontariens passent plus de temps en ligne que les Canadiens moyens¹⁹. Étant donné la popularité du téléchargement musical, cela a un impact considérable sur les tendances de consommation de l'industrie de la musique dans la province. En moyenne, les consommateurs de musique en ligne au Canada achètent 24 pistes par mois, comparé à 59 pistes pour les résidents de l'Ontario²⁰.
- Le piratage continue de faire beaucoup de tort à l'industrie de la musique enregistrée, à un niveau international²¹. Les pertes commerciales attribuables au piratage sont évaluées à 3,7 milliards de dollars américains et, d'après les estimations, pour chaque téléchargement légal il y a 20 téléchargements illégaux²². Les niveaux de pénétration croissants d'Internet et du haut débit ainsi que le développement de diverses technologies de partage de fichiers ont facilité ce processus. Bien que le marché numérique offre de nouvelles opportunités de ventes, il a également créé un environnement où il est extrêmement difficile de protéger la propriété intellectuelle contre le piratage. Le secteur de la musique en particulier a été frappé de plein fouet par cette tendance et a du mal à trouver des solutions.
- Les progrès numériques offrent de nouvelles opportunités prometteuses pour la publicité et la promotion en ligne, à la fois au niveau des consommateurs – plus de 1,2 million d'artistes de rock possèdent des pages Myspace – et au niveau des grosses sociétés. Cependant, la prolifération de musique et de promotions

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

musicales en ligne complique l'identification des meilleurs et des plus talentueux éléments parmi la population – un rôle autrefois rempli par les stations de radio. Les sociétés d'enregistrement ontariennes doivent par conséquent trouver des manières inédites et innovantes d'attirer l'attention sur leurs produits en ligne²³.

Accès au marché

- Les regroupements ont fait naître une série de problèmes pour l'industrie de la musique. L'apparition de plusieurs grands détaillants de masse a entraîné un accès réduit au marché. Cette tendance empêche les plus petits labels, qui sont moins bien placés pour négocier des contrats raisonnables avec les grands détaillants, de disposer de suffisamment d'espace sur les linéaires des magasins. Les récents regroupements de maisons de disques ont eu un effet similaire sur le marché. Désormais, quatre grandes maisons de disques multinationales se partagent le marché. Beaucoup de petits labels ontariens doivent s'appuyer sur les filières de distribution de ces grandes sociétés afin d'accéder au marché. Comme dans le cas des grands détaillants multinationaux, les petits labels ont de la difficulté à négocier des conditions raisonnables avec ces sociétés²⁴.
- À cause d'agents stressants comme les regroupements et le piratage, les petites maisons de disques ont été forcées d'envisager d'autres moyens de générer des revenus, comme les concerts en direct et la vente de marchandises connexes. Le secteur des concerts en direct connaît une croissance rapide; il était évalué à 17 milliards de dollars américains dans le monde en 2006, ce qui représentait une hausse de 16 % par rapport à 2005²⁵. Les tournées étaient autrefois considérées comme un outil promotionnel pour la vente d'albums et les recettes de chaque concert étaient reversées aux promoteurs de concert, aux agents, à la direction et aux artistes. À cause de l'évolution du marché, les labels cherchent maintenant à accéder aux recettes des concerts en direct²⁶. Les petites maisons de disques ontariennes se sont efforcées de bâtir les infrastructures nécessaires et

d'accumuler l'expertise indispensable pour accéder à ces flux de recettes alternatifs.

Crise financière mondiale

- L'instabilité des marchés mondiaux a accentué les difficultés financières auxquelles l'industrie de la musique était déjà confrontée. Le distributeur montréalais Fusion Distribution III, une société chargée de la distribution de plusieurs centaines de labels indépendants, a déposé le bilan en décembre 2008²⁷ dans le sillage du distributeur de musique indépendante britannique, Pinnacle, qui a avait fait de même quelques jours auparavant²⁸.

Aides de l'État²⁹

- Au niveau fédéral, le soutien à l'industrie de l'enregistrement sonore provient du Fonds de la musique du Canada, administré par le ministère du Patrimoine canadien. D'autres organismes et fonds, tels que FACTOR, le Fonds RadioStar et les Conseils des arts fédéral et provinciaux, dont le Conseil des arts de l'Ontario, offrent divers programmes de soutien à l'industrie de la musique canadienne.
- En 2008-2009, les maisons de disques ontariennes ont pu bénéficier d'un financement public par l'intermédiaire du crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore, du Fonds de musique de la SODIMO, du Fonds de la SODIMO pour l'exportation et du Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création.
- Arts & Crafts, bénéficiaire du Fonds de musique de la SODIMO, a connu le succès avec la sortie du dernier album de Feist, *The Reminder*. L'album a fait un triomphe, remportant deux disques de platine dans le palmarès canadien SoundScan. Il a également été acclamé par la critique, avec cinq récompenses aux prix Juno en 2008, notamment dans les catégories, Album de l'année et Artiste de l'année, et quatre nominations aux prix Grammy, notamment dans les catégories Meilleur nouvel artiste et Album de chanson pop.

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA

MUSIQUE

- Les artistes ontariens SoundBluntz ont occupé la tête du hit-parade au Royaume-Uni, en partie grâce aux relations que leur label ontarien, Awesome Music, a pu tisser lors du marché international de la musique, le MIDEM. Awesome Music avait bénéficié d'un financement dans le cadre du Fonds de la SODIMO pour l'exportation afin de pouvoir participer à l'événement.
- En plus d'apporter un soutien direct aux sociétés, la

SODIMO offre également à l'industrie de la musique une assistance aux initiatives de développement des exportations en soutenant des missions internationales, comme les Missions de la musique canadienne en Asie en 2007 et en 2008 de la CIRPA et London Calling, au Royaume-Uni. Elle soutient également les kiosques du Canada lors des principaux marchés, dont le MIDEM, POPKOMM et SXSW.

État au 31 mars 2009.

(Endnotes)

¹ Gabriela Lopes, « The Broader Music Industry », *www.ifpi.org*, p. 1.

² Statistique Canada, *Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, 2006*, 18 mars 2008.

³ Brian Braiker, et coll., « How to Save Rock & Roll: Nine insiders who are reshaping the music biz for 2009 and beyond », *Rolling Stone*, 6 janvier 2009.

⁴ Statistique Canada, « Résultats CANSIM : Enregistrement sonore et édition de musique, 2007 », Tableau 361-0005, 6 avril 2009 et « Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, Tableaux de données 2006 », n° de catalogue 87F008X, Tableau 1, 18 mars 2008.

⁵ Statistique Canada, *Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, 2006*, 18 mars 2008.

⁶ Statistique Canada, « Résultats CANSIM : Enregistrement sonore et édition de musique, 2007 », Tableau 361-0005 et « Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, Tableaux de données 2006 », Tableau 1.

⁷ Statistique Canada, « Résultats CANSIM : Enregistrement sonore et édition de musique, 2007 », Tableau 361-0005, et « Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, Tableaux de données 2006 », Tableau 2.

⁸ Statistique Canada, « Résultats CANSIM : Enregistrement sonore et édition de musique, 2007 », Tableau 361-0005, et « Le Quotidien: Enregistrement sonore et édition de musique, Tableaux de données 2006 », Tableau 3.

⁹ PricewaterhouseCoopers (PwC), *Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012*, pp. 40-41.

¹⁰ *ibid*, p. 40.

¹¹ Statistique Canada, « Commerce de biens de la culture : tableaux de données, 2007 », n° de catalogue 87-007-X, Tableaux 1 et 2, octobre 2008.

¹² Douglas Hyatt, *An Overview of the Financial Impact of the Canadian Music Industry*, mai 2008, p. 32.

¹³ *ibid*, p. 29.

¹⁴ PwC, pp. 40-41

¹⁵ « Canada dancing to digital tunes », *cbc.ca*, 8 janvier 2009.

¹⁶ PwC, p. 41.

¹⁷ « Canada dancing to digital tunes ».

¹⁸ Ryan Nakashima, « Digital sales boost Warner Music profit », *globeandmail.com*, 26 novembre 2008.

¹⁹ Charles Zamaria et Fred Fletcher, Recherche Internet Canada (CIP), *LE CANADA EN LIGNE! L'Internet, les médias et les technologies émergentes : utilisateurs, attitudes, tendances et comparaisons internationales*, rapport de deuxième année 2007, pp. 38 et 56.

²⁰ Hyatt, p. 59.

²¹ PwC, p. 40.

²² Nordicité en collaboration avec with Cuto et FRUKT, *A Strategic Study for the Music Industry in Ontario*, 12 septembre 2008, pp. 24-5.

²³ *ibid*, p. 25.

²⁴ SECOR Consulting, *Ontario Media Development Corporation: Towards a Strategic Plan*, septembre 2008, p. 10.

²⁵ Lopes, p. 2.

²⁶ Nordicité, pp. 22-3.

²⁷ Robert Thompson, « Bankruptcy Protection for Canada's Fusion III », *Billboard.biz*, 9 décembre 2008.

²⁸ Andre Pain et Tom Ferguson, « Pinnacle Collapse a 'Nightmare' For Indies », *Billboard.biz*, 4 décembre 2008.

²⁹ Les renseignements figurant dans cette partie représentent un aperçu d'une partie de l'aide gouvernementale accordée à l'industrie de la musique. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de l'aide gouvernementale disponible.