

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

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE MUSIQUE



Ontario

Ontario Media Development
Corporation

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

www.omdc.on.ca

Introduction

L'industrie canadienne de la musique 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 agents, 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 étiquettes indépendantes d'appartenance et sous contrôle canadien.

L'industrie ontarienne de la musique 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 sonore¹. De plus, l'industrie ontarienne produit un très grand nombre d'artistes acclamés par la critique :

- Les nominés et lauréats des Prix Juno 2011 incluent des albums et des artistes produits par une longue liste d'étiquettes ontariennes, notamment Fontana North, MapleMusic, Arts & Crafts, Coalition Records, Dine Alone Records, Six Shooter Records et autres. Parmi les lauréats ontariens des Prix Juno 2011, le groupe Caribou a été récompensé dans la catégorie Album électronique de l'année (Caribou Merge/F.A.B.) et le groupe Deadmau5 dans la catégorie Enregistrement dance de l'année (Ultra/EMI).
- Les artistes ontariens Timber Timbre (Arts & Crafts), Austra (Paper Bag Records), The Weeknd et Ron Sexsmith (Warner Canada) ont tous été candidats au Prix Polaris 2011. Le Prix Polaris a été décerné à deux groupes ontariens au cours des années antérieures : à F__ked Up en 2009 pour son album *The Chemistry of Common Life*, et à Caribou en 2008 pour son album *Andorra*.
- En février 2011, Crystal Castles, artiste de la maison Last Gang Records, a reçu le prestigieux John Peel Award for Innovation à la remise des prix Shockwaves NME à Londres, au Royaume-Uni. Ce prix est remis de façon sélective par les éditeurs de NME pour récompenser les artistes qui font preuve d'un esprit visionnaire et qui font de la musique sans compromis. Parmi les lauréats antérieurs de ce prix, notons le groupe Radiohead, récompensé en 2008 pour son album *In Rainbows*.
- La maison de disques ontarienne MapleCore Ltd, le principal distributeur de musique indépendant au Canada, a reçu en septembre 2011 le prix RBC Banque Royale dans la catégorie Petite entreprise. Ce prix est décerné à une entreprise de moins de 250 employés qui réussit dans l'économie ontarienne et qui possède des qualités telles qu'un produit novateur, des ventes à la hausse et une croissance de ses exportations.

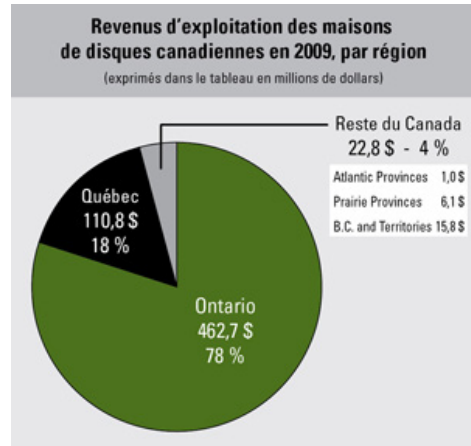
Taille de l'industrie et impact économique

Emploi et salaires

- En 2009, les maisons de disques canadiennes ont versé 72,5 millions de dollars sous forme de salaires, traitements et avantages sociaux à leurs employés. La majeure partie de ces rémunérations, soit 52,9 millions de dollars, a été payée en Ontario. Ces deux chiffres constituent un recul par rapport à ceux de 2008. Cette tendance à la baisse au niveau des rémunérations versées s'est répercutée à l'échelle nationale².

Revenus et chiffres connexes

- Les revenus d'exploitation totaux des maisons de disques canadiennes (qui incluent les maisons de disques multinationales en activité au Canada) ont chuté, passant de 619,4 millions de dollars en 2008 à 596,3 millions de dollars en 2009. Les sociétés ontariennes ont également connu une baisse de leurs revenus, qui ont atteint 462,7 millions de dollars en 2009 contre 499,4 millions de dollars l'année précédente. La plupart des autres provinces ont enregistré une baisse similaire entre 2008 et 2009. La récente baisse affichée par l'Ontario a suivi une augmentation significative des revenus entre 2005 et 2006 (de 479,4 millions de dollars à 572,6 millions de dollars), à une époque où toutes les autres régions connaissaient un recul³.
- La majorité des revenus des maisons de disques, soit 74,8 %, a continué d'être générée par des sociétés sous contrôle étranger en 2009. Cependant, les maisons de disques sous contrôle canadien ont maintenu le cap et se sont affairées à relever les défis concurrentiels auxquels elles ont été confrontées cette année-là, lorsque l'industrie sous contrôle canadien a connu une tendance à la baisse par rapport à 2008 (17,7 %). Le bénéfice d'exploitation a quant à lui augmenté de 9,6 % en raison d'une diminution des frais d'exploitation. Les maisons de disques sous contrôle étranger ont enregistré une augmentation de revenus de 1,7 % au cours de la même période, ainsi qu'une augmentation des profits de l'ordre de 20 %⁴.
- Au total, les revenus d'exploitation de l'industrie de la musique canadienne ont augmenté de 8,3 % en 2009, pour atteindre 153,5 millions de dollars. Les marges bénéficiaires ont également augmenté à 10,3 % au cours de la même période, comparativement à 7,3 % en 2008⁵.
- Les revenus d'exploitation totaux des studios d'enregistrement canadiens ont chuté de 16,5 % en 2009, pour s'établir à 98,7 millions de dollars. Les frais d'exploitation ont diminué de 16,4 % pour s'établir à 85,5 millions de dollars au cours de la même période, tandis que, sur la même période, les marges bénéficiaires ont chuté très légèrement, pour passer de 13,6 % en 2008 à 13,5 % en 2009. Cette tendance s'est confirmée en Ontario, où les revenus d'exploitation ont chuté à 39,5 millions de dollars en 2009 (par rapport à 48,1 millions de dollars en 2008). La marge bénéficiaire d'exploitation en Ontario a augmenté en 2009, passant de 10,5 % à 13,6 %, en raison de frais d'exploitation moins élevés⁶.



Source : Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », Tableau 1, mars 2011.

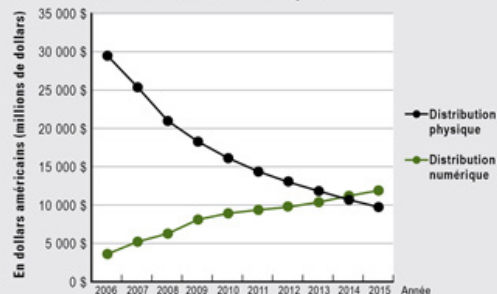
Marché des consommateurs

- D'après la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes mondiales de musique enregistrée (ce qui inclut les ventes physiques, les ventes numériques et les droits de représentation) ont totalisé 17,0 milliards de dollars américains en 2009, soit une baisse de 7,2 % par rapport à 2008. Sur la base de la vente au détail, on estime que le marché mondial de la musique enregistrée représentait environ 25,4 milliards de dollars américains en 2009⁷.

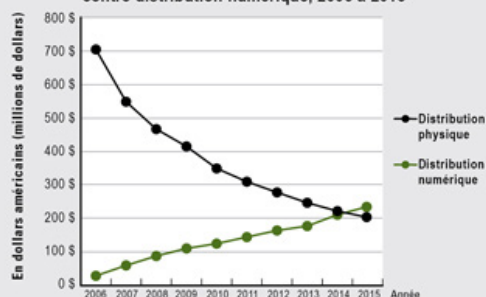
PROFIL DE L'INDUSTRIE DE

MUSIQUE

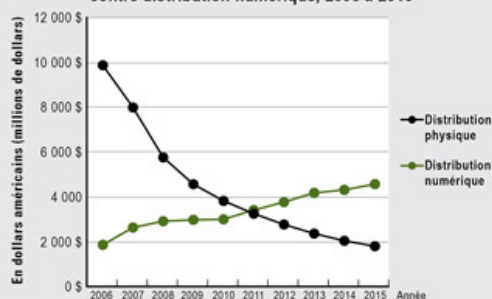
Marché mondial de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2006 à 2015



Marché canadien de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2006 à 2015



Marché américain de la musique enregistrée : distribution physique contre distribution numérique, 2006 à 2015



- PricewaterhouseCoopers (PwC) prévoit que le marché mondial de la musique enregistrée — défini comme les dépenses des consommateurs pour de la musique sur format physique et numérique, vidéoclips et services de diffusion en continu — devrait chuter de 5,7 %, pour atteindre 22,1 milliards de dollars américains en 2011. Cette baisse est due en grande partie à un ralentissement de la croissance des achats sur format numérique au cours des deux dernières années, ainsi qu'à la poursuite du déclin des achats sur format physique. De façon générale, des baisses modérées au cours des prochaines années, ainsi que de modestes gains en 2014 et 2015 sont à prévoir. Les dépenses mondiales en musique sur format numérique devraient surpasser les dépenses en musique sur format physique en 2014 (2015 au Canada)⁸.
- Le marché de la musique enregistrée canadienne devrait chuter de 6 % en 2011, pour atteindre une valeur marchande totale de 464 millions de dollars américains. Ce déclin est légèrement inférieur à celui de 2010, qui s'élevait à 7,5 %. Parce que les ventes sur format physique représentent une plus grande part du marché canadien que du marché américain, les futures baisses dans ce secteur auront des répercussions plus importantes. Par conséquent, PwC prévoit que le marché canadien connaîtra une baisse plus rapide que celui des États-Unis au cours des cinq prochaines années⁹.
- Les chiffres de vente de musique enregistrée au Canada s'établissaient à 394 millions de dollars américains en 2010. Il s'agit d'une baisse de 13,5 % par rapport aux niveaux de 2009, en grande partie causée par un recul des ventes physiques (22 %), même si le marché physique canadien a fait meilleure figure que celui des États-Unis au cours des trois dernières années. Les ventes numériques au Canada sont passées de 99,8 millions de dollars américains en 2009 à 113,5 millions de dollars en 2010. Ces chiffres représentent 67,9 millions de simples numériques vendus (en hausse par rapport à 58,2 millions vendus en 2009) et 6 millions d'albums numériques vendus (en hausse par rapport à 4,9 millions vendus en 2009)¹⁰.

- En 2010, les ventes de DC physiques au Canada s'élevaient à 25,9 millions d'unités. En incluant les ventes d'albums numériques, ces ventes représentent 31,9 millions d'équivalents albums. De toutes les ventes de musique enregistrée au Canada au cours de 2010, 66 % provenaient d'albums physiques et 29 % d'albums numériques. Les 5 % restants provenaient de droits de représentation découlant de la radiodiffusion, d'Internet et de concerts¹¹.
- En 2005, les recettes totales provenant des concerts au Canada s'élevaient à 752,8 millions de dollars. Selon l'estimation du magazine Billboard, les ventes brutes de billets de concert en Amérique du Nord totalisaient 3,5 milliards de dollars cette année-là. En général, le récent ralentissement économique s'est traduit par une baisse des revenus générés par les concerts en Amérique du Nord. Toutefois, en 2010, Pollstar faisait observer que le Canada s'en tirait à meilleur compte que les États-Unis à ce niveau. Le marché de Toronto tire particulièrement bien son épingle du jeu¹².

Tendances et enjeux

Taux de croissance et tendances de l'industrie

- D'après les prévisions, le marché mondial de la musique enregistrée devrait atteindre 22,1 milliards de dollars américains en 2015, avec un taux de déclin annuel cumulé de -1,1 %. Le marché canadien de la musique enregistrée devrait se chiffrer à 424 millions de dollars en 2015, avec un taux de déclin annuel cumulé entre 2011 et 2015 de -11 % pour les formats physiques, et un taux de croissance annuel cumulé de 11,4 % pour le marché numérique au cours de la même période¹³.
- Bien que les achats des consommateurs, qui se concentrent sur des formats numériques de musique moins onéreux, n'aient pas encore dépassé les ventes de formats physiques, les dépenses numériques sont à la hausse. D'après les prévisions, les dépenses des consommateurs sur les formats physiques chuteront à un taux de déclin annuel cumulé de -9,8 % jusqu'en 2014. À l'opposé, les achats des consommateurs pour la distribution numérique, y compris Internet et la distribution par téléphone mobile, augmenteront à un taux de 16,0 % jusqu'en 2014¹⁴.
- La popularité du téléchargement numérique de musique augmente toujours à l'échelle mondiale. En effet, la distribution numérique représentait 7,2 milliards de dollars américains en 2010, et on prévoit qu'elle augmentera à 12,4 milliards de dollars en 2015. La distribution physique chutera à l'échelle mondiale en raison d'une concurrence constante de la part de services numériques légaux ainsi que du piratage. Toutefois, les baisses des ventes de formats physiques s'atténueront éventuellement, puisque les personnes de plus de 45 ans, un groupe d'âge en expansion, préfèrent encore se procurer des albums sur format physique¹⁵.
- De façon globale, les nouveaux appareils, services et technologies de distribution de contenu numérique changent de façon radicale la façon dont les consommateurs ont accès au divertissement musical. Les réseaux sociaux, les téléphones intelligents et les services d'abonnements musicaux, tout comme les nouveaux services de diffusion en continu dans les nuages, offrent plus que jamais un grand choix et une facilité d'accès à la musique. Toutefois, le piratage continue de gruger de façon importante les revenus de l'industrie de la musique à l'échelle mondiale. Dans la plupart des pays, même ceux où l'on compte des niveaux particulièrement faibles d'utilisation de services non autorisés, le volume de consommation non autorisée de musique surpasse grandement le volume de consommation légale de musique¹⁶.

- Alors que le piratage continue de faire beaucoup de tort à l'industrie de la musique enregistrée à l'échelle internationale, les pertes commerciales attribuables au piratage sont évaluées à 3,7 milliards de dollars américains et d'après les prévisions, on compte 20 téléchargements illégaux pour chaque téléchargement légal¹⁷. Les tendances du piratage varient sensiblement d'un pays à l'autre — le Brésil et l'Espagne sont parmi les marchés comptant le nombre le plus élevé d'utilisateurs ayant recours à des services non autorisés¹⁸. 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 possibilités de vente, il a également créé un contexte dans lequel 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.
- L'Ontario possède un niveau de pénétration d'Internet plus élevé que la moyenne nationale et les Ontariens passent plus de temps en ligne que le Canadien moyen¹⁹. Étant donné la popularité du téléchargement de musique, ces données ont une grande incidence sur les tendances des consommateurs de l'industrie de la musique dans la province. Une étude réalisée en 2008 et portant sur l'impact financier de l'industrie canadienne de la musique a révélé que le consommateur moyen de musique en ligne au Canada achète 24 pistes par mois, comparativement à 59 pistes pour les résidents de l'Ontario²⁰.
- En juin 2010, à l'issue d'une série de consultations auprès des Canadiens, et après plusieurs tentatives dans ce sens, le gouvernement fédéral a engagé une réforme de la Loi sur le droit d'auteur²¹. Music Canada (anciennement l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement) et la Canadian Independent Music Association (CIMA) ont toutes deux réagi favorablement à l'intention du projet de loi et ont travaillé à faire modifier la loi afin de protéger les droits des artistes et d'autres détenteurs de droits à pouvoir vivre de leur travail²². Le premier projet de loi est mort au feuillet après le déclenchement d'une élection fédérale en mars 2011, mais a été redéposé dans sa forme intégrale sous le nom de projet de loi C-11 en septembre 2011.
- Les progrès numériques offrent de nouvelles possibilités prometteuses pour la publicité et la promotion en ligne, à la fois au niveau des consommateurs et au niveau des grosses sociétés. Plus de 1,2 million d'artistes du monde de la musique possèdent des pages Myspace, et des services comme Facebook et Soundcloud sont de plus en plus utilisés comme outils de promotion de la musique. Au début de 2011, Soundcloud a déclaré avoir dépassé les trois millions d'utilisateurs. Cependant, la prolifération de musique et de promotions musicales en ligne complique le repérage des meilleurs et des plus talentueux du lot — 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.

Enjeux mondiaux et nationaux

- En 2010, le modèle d'abonnement musical s'est établi dans de nombreux pays, occasionnant à la fois des possibilités et des perturbations pour l'industrie de la musique. Les fournisseurs de services par abonnement comme Spotify, Pandora, Slacker et Rdio offre aux consommateurs des services gratuits financés par la publicité ou des services supérieurs payants. La plupart des services de diffusion en continu de la musique par abonnement et dans les nuages ne sont pas encore offerts au Canada et aucune annonce n'a été faite en ce sens. Cependant, Rdio a lancé ses activités à la fois aux États-Unis et au Canada en août 2010. Jusqu'à maintenant, Spotify a attiré plus de 750 000 utilisateurs payants avec l'ensemble de ses services, et en novembre 2011, il était en activité dans plusieurs pays européens et scandinaves, ainsi qu'au Royaume-Uni et aux États-Unis. Le modèle de services dans les nuages, qui en est à ses premiers balbutiements, est aussi en activité dans certains marchés, en réaction à un désir croissant de la part des consommateurs en matière de connexité et de partage de musique. Des services dans les nuages comme Music Unlimited de Sony offrent, au moyen de divers services, un accès depuis des serveurs à distance à un catalogue de musique ou à la bibliothèque personnelle des utilisateurs²⁴.
- Les regroupements ont fait naître une série de problèmes pour l'industrie de la musique. L'apparition de quelques grands détaillants de masse a entraîné un accès réduit au marché. Cette tendance empêche les plus petites étiquettes, qui sont moins bien placées 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 également eu des effets sur le marché²⁵. Les quatre grandes maisons de disques internationales se partagent la plus grande partie des marchés mondiaux et nationaux et nombre de petites étiquettes ontariennes passent des accords avec ces multinationales pour la distribution de leurs produits. D'autres perspectives de distribution en dehors des grandes maisons de disques s'offrent également aux étiquettes indépendantes, en particulier dans le domaine numérique.
- 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 et le merchandising connexe. Le secteur des concerts est en croissance; il était évalué à 19,8 milliards de dollars américains dans le monde en 2009, en hausse de 3,7 % par rapport à 2008²⁶. Les tournées étaient autrefois considérées comme un outil promotionnel pour la vente d'albums et les recettes de chaque concert étaient reversées aux promoteurs, aux agents, à la direction et aux artistes. À cause de l'évolution du marché, les étiquettes cherchent maintenant à accéder aux recettes des concerts, du merchandising et de l'octroi de licence et d'autres sources de revenus grâce à 360 accords²⁷. Les petites maisons de disques ontariennes se sont efforcées de bâtir les infrastructures nécessaires et d'accumuler l'expertise indispensable pour accéder à ces autres sources de recettes.

Aide de l'État²⁸

- 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. En 2009, on a annoncé que la dotation de ce fonds augmenterait de 9,85 millions de dollars annuellement, pour s'établir à 27,6 millions de dollars par année jusqu'en 2014. Le Fonds de la musique du Canada a fait l'objet d'une restructuration : les volets Diversité de la musique canadienne et Aide aux associations sectorielles ont été supprimés, et un soutien spécialisé pour le développement du numérique et du marché international a été ajouté²⁹. 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 canadienne de la musique.

- En 2011-2012, les maisons de disques ontariennes, les éditeurs de musique et les entreprises de gestion des artistes ont accès à du financement public au moyen 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. La SODIMO alloue aussi des fonds aux associations professionnelles et organisateurs d'événements dans le domaine de l'industrie musicale par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie, afin d'encourager les événements et activités qui stimulent la croissance de l'industrie.
- Six Shooter Records, bénéficiaire du Fonds de musique de la SODIMO, a connu le succès avec son protégé Luke Doucet, en nomination aux Prix Juno et Polaris, ainsi que récipiendaire du prix Album contemporain de l'année aux Canadian Folk Music Awards en 2008. En novembre 2011, Doucet, reconnu comme l'un des meilleurs guitaristes du Canada, a organisé le premier Sleepwalk Guitar Festival, qui inclut des concerts, des ateliers et des cliniques³⁰.
- Les artistes ontariens SoundBluntz ont occupé la tête du palmarès au Royaume-Uni, en partie grâce aux relations que leur étiquette ontarienne, Awesome Music, a pu tisser lors du marché international de la musique, le MIDEM. Awesome Music a bénéficié d'un financement dans le cadre du Fonds de la SODIMO pour l'exportation afin de 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 17 novembre 2011

notes de fin

- 1 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », no de catalogue 87F0008X, Tableaux 1, 2 et 3, mars 2011.
- 2 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », Tableau 1.
- 3 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », Tableau 1; Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2007 », no de catalogue 87F0008X, Tableau 1.
- 4 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », p. 1, Tableaux 1 et 16. Statistique Canada n'inclut pas les plus petites compagnies dans ses estimations des revenus. Ces compagnies représentent une part relativement faible du total des revenus de l'industrie.
- 5 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », Tableau 2.
- 6 Statistique Canada, « Enregistrement sonore et édition de musique 2009 », Tableau 3.
- 7 Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2010*, p. 5 et 24.
- 8 PricewaterhouseCoopers (PwC), *Global Entertainment and Media Outlook 2011-2015*, p. 59, 62 et 320.
- 9 *ibid.*, p. 320.
- 10 IFPI, *Recording Industry in Numbers 2011*, p. 36.
- 11 *ibid.*
- 12 Douglas Hyatt, *An Overview of the Financial Impact of the Canadian Music Industry*, mai 2008, p. 29; Pollstar 2010 Midyear Business Analysis, www.pollstar.com.
- 13 PwC, p. 59 et 323.
- 14 IFPI, *Recording Industry in Numbers 2010*, p. 28-29.
- 15 PwC, p. 316.
- 16 IFPI, *Digital Music Report 2011*, p. 3, 6 et 14.
- 17 Nordicité en collaboration avec Cuto et FRUKT, *A Strategic Study for the Music Industry in Ontario*, 12 septembre 2008, p. 24-5.
- 18 IFPI, *Digital Music Report 2011*, p. 14.
- 19 Charles Zamaria et Fred Fletcher, Recherche Internet Canada (RIC), *Canada en ligne! Une analyse comparative des usagers et des non-usagers d'Internet au Canada et dans le monde : Comportement, attitudes et tendances*, Deuxième étape 2007, p. 38 et 56.
- 20 Hyatt, p. 59.
- 21 Andrew Chung, « Copyright bill to enshrine digital locks, user rights », *The Globe and Mail*, 2 juin 2010.
- 22 Communiqué de presse, « Copyright Bill Introduction Applauded by Canadian Record Labels », Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement et Canadian Independent Music Association (CIMA), 3 juin 2010.
- 23 Nordicité, p. 25; « This week in Tumblr: Broombeck, REM, Global Meetup Day, 3 million users, and more. » blog.soundcloud.com, 14 février 2011.
- 24 Robin Wauters, « Spotify Who? Rdio Launches in the U.S. and Canada, Lands More Indie Music Deals » www.techcrunch.com, 2 août 2010; *IFPI Digital Music Report 2011*.
- 25 SECOR Consulting, *Ontario Media Development Corporation: Towards a Strategic Plan*, Septembre 2008, p. 10.
- 26 PwC, p. 24.
- 27 Nordicité, p. 22-3, 29.
- 28 Les renseignements figurant dans cette section 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.
- 29 « Moore restructuring Canada Music Fund » cbcnews.ca, 31 juillet 2009.
- 30 Communiqué de presse, « Sleepwalk Guitar Festival » www.sixshooterrecords.com.