



PROFIL SECTORIEL - MUSIQUE

LIVRES

CINÉMA ET TÉLÉ

PRODUITS MIN

REVUES

MUSIQUE

MISE À JOUR INTÉRIMAIRE DU PROFIL D'AVRIL 2018

FÉVRIER 2019

- Selon Statistique Canada, en 2016, le total des exportations du secteur de l'enregistrement sonore au Canada a atteint 468,5 millions de dollars^a.
- D'après PwC, le total des revenus de la musique en direct au Canada s'élevait à 727 millions de dollars américains en 2017. Ces revenus devraient enregistrer des gains à un taux de croissance annuel cumulé (TCAC) de 3,4 % de 2017 à 2022, pour atteindre 861 millions de dollars américains d'ici 2022^b.
- Publiée en décembre, l'édition 2018 du rapport WINTEL révélait que la part du marché mondial occupée par l'ensemble des entreprises de musique indépendantes avait augmenté et représentait maintenant près de 40 %. En 2018, au Canada, les revenus de la musique enregistrée s'établissaient au total à 440 millions de dollars : 332 millions de dollars provenaient de grandes maisons de disque et les 108 millions restants de maisons indépendantes^c.
- En juin 2018, l'honorable ministre Joly, en étroite collaboration avec l'honorable ministre Champagne et l'honorable ministre Freeland, a annoncé le lancement de la première Stratégie d'exportation créative du Canada, assortie d'un investissement de 125 millions de dollars sur cinq ans. Cela comprend la mise sur pied d'Exportation créative Canada, nouveau programme de financement destiné à aider les créateurs canadiens à se démarquer sur le marché mondial^d. Le lancement de la Stratégie d'exportation créative du Canada signifie que 2,5 millions de dollars de plus seront injectés annuellement dans le Fonds de la musique du Canada. Soixante pour cent (60 %) de cette enveloppe ira à FACTOR et 40 % à MusicAction^e.
- [Music Canada](#) a publié un communiqué en décembre 2018 applaudissant le gouvernement du Canada, après que ses propositions législatives visant à réformer la [Commission du droit d'auteur](#) ont reçu la sanction royale. Les modifications apportées entreront en vigueur en avril 2019 et répondront à une préoccupation de longue date du secteur de la musique : l'établissement de tarifs ayant une incidence directe sur la valeur de la musique et le montant que les artistes et les maisons de disques tirent de leur investissement^f.
- En septembre 2018, RBC et l'[Académie canadienne du cinéma et de la télévision](#) (l'Académie) se sont associés dans le cadre d'une nouvelle initiative appelée le projet Production de vidéoclips (PDV). Administré par l'Académie, le projet PDV devrait remplir le vide créé par l'annulation de MuchFACT en 2017 ^g.
- L'artiste de Toronto Jeremy Dutcher a remporté le Prix de musique Polaris 2018 pour son album *Wolastoqiyik Lintuwakonawa*.

Les profils sectoriels d'Ontario Créatif sont entièrement mis à jour une fois par année. La mise à jour intérimaire résume les principaux

changements survenus environ six mois après la publication du profil.

[a Statistique Canada](#), Tableau 12-10-0117-01, Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000) [consulté le 1er février 2019].

[b PwC](#), Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022, « Music, radio and podcasts », juin 2018.

[c Worldwide Independent Network](#), WINTEL Worldwide Independent Market Report 2018, p. 8, 56.

[d](#) Communiqué de presse, « La ministre Joly annonce la récente Stratégie d'exportation créative pour les industries créatives, y compris un nouveau programme de financement consacré à l'exportation », [ministère du Patrimoine canadien](#), le 26 juin 2018.

[e](#) Communiqué, « CMF Update – Creative Canada Export Fund », [CIMA](#), 27 juin 2018.

[f](#) Communiqué, « Music Canada Applauds Government of Canada as Copyright Board Reform Receives Royal Assent » [Music Canada](#), 18 décembre 2018.

[g](#) « The MVP Project to Boost Canadian Music Videos », [FYI Music News](#), 14 septembre 2018.

PROFIL D'AVRIL 2018

INTRODUCTION

L'industrie ontarienne de la musique comprend une vaste gamme de participants qui créent, produisent, éditent et commercialisent de la musique originale. Elle rassemble des musiciens, des compositeurs, des maisons de disque, des gérants, des agents, des éditeurs de musique, des promoteurs de concert, des présentateurs, etc. Le marché canadien de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique est dominé par les grandes entreprises appartenant à des intérêts étrangers, mais inclut aussi un secteur indépendant solide qui se compose principalement de petites et moyennes entreprises. La vaste majorité du contenu canadien est mise en vente par des entreprises du secteur de la musique indépendantes d'appartenance et sous contrôle canadien.

L'industrie ontarienne de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique est la plus grande au Canada. En 2015, les producteurs et les distributeurs d'enregistrements en Ontario ont généré 79 % des revenus d'exploitation de la production et de la distribution d'enregistrements au Canada¹.

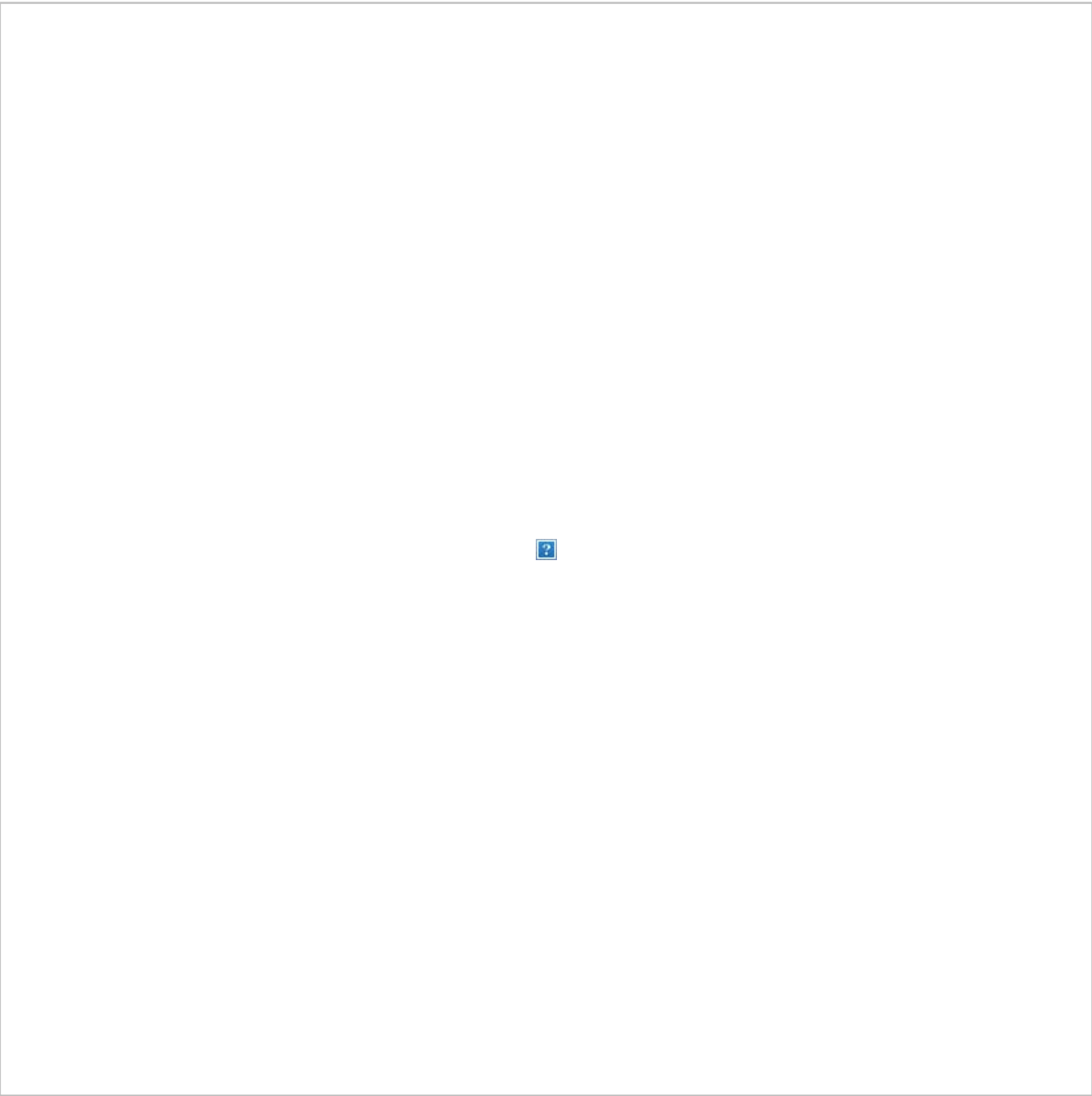
TAILLE DE L'INDUSTRIE ET IMPACT ÉCONOMIQUE

Les renseignements qui suivent sur les revenus, l'emploi et le marché de consommation doivent être considérés comme un instantané de l'activité de l'industrie, en fonction des meilleurs renseignements disponibles.

EMPLOI ET SALAIRES

- Selon Statistique Canada, les salaires, les traitements, les commissions et les avantages associés à l'industrie canadienne de la musique enregistrée représentaient 140,4 millions de dollars en 2015. En 2015, l'industrie canadienne de la production et de la distribution d'enregistrements a versé un total de 55,3 millions de dollars en salaires, en traitements, en commissions et en avantages, dont 37,7 millions de dollars étaient versés par des entreprises ontariennes. En 2015, les éditeurs de musique au Canada ont dépensé 50,7 millions de dollars, et les studios d'enregistrements sonores ont versé 33,3 millions de dollars en salaires, en traitements, en commissions et en avantages².
- Le secteur ontarien de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique a généré 4 600 emplois en 2016 (d'une perspective du produit), soit presque la moitié des 9 800 emplois créés à l'échelle nationale . Ce chiffre n'inclut pas le secteur de la musique en direct³.
- L'impact de l'emploi de l'industrie ontarienne de la promotion des concerts représentait 7 300 ETP directs et 152,4 millions de dollars en

revenu de main-d'œuvre, en 2013. En tenant compte de l'impact direct, indirect et induit, les estimations ont augmenté à 10 500 ETP, entraînant 305,5 millions de dollars en revenu de main-d'œuvre⁴.



REVENUS ET CHIFFRES CONNEXES

- Selon Statistique Canada, entre 2013 et 2015, l'industrie de l'enregistrement sonore et de l'édition de la musique a connu une baisse de 3,0 % en revenus d'exploitation. Le plus important segment de l'industrie, la production d'enregistrements sonores et la production et la distribution d'enregistrements sonores de manière intégrée, a généré 48,9 % des revenus d'exploitation totaux. La part de l'Ontario représente 78,7 % des revenus d'exploitation de l'industrie canadienne de la production et de la distribution d'enregistrements sonores. Les ventes d'enregistrements sonores à l'échelle nationale ont diminué de 8,7 % pour s'établir à 309,0 millions de dollars⁵.
- L'Ontario a généré 328,9 millions de dollars en revenus de production d'enregistrement et de production et de distribution d'enregistrement de manière intégrée en 2015, avec une marge de profit d'exploitation correspondante de 14,1 %. Par ailleurs, les

studios d'enregistrements sonores sont responsables de 55,6 millions de dollars en revenus d'exploitation, avec une marge de profit d'exploitation de 9,4 %⁶. Les données des revenus de l'édition de musique ne sont pas disponibles à l'échelle provinciale.

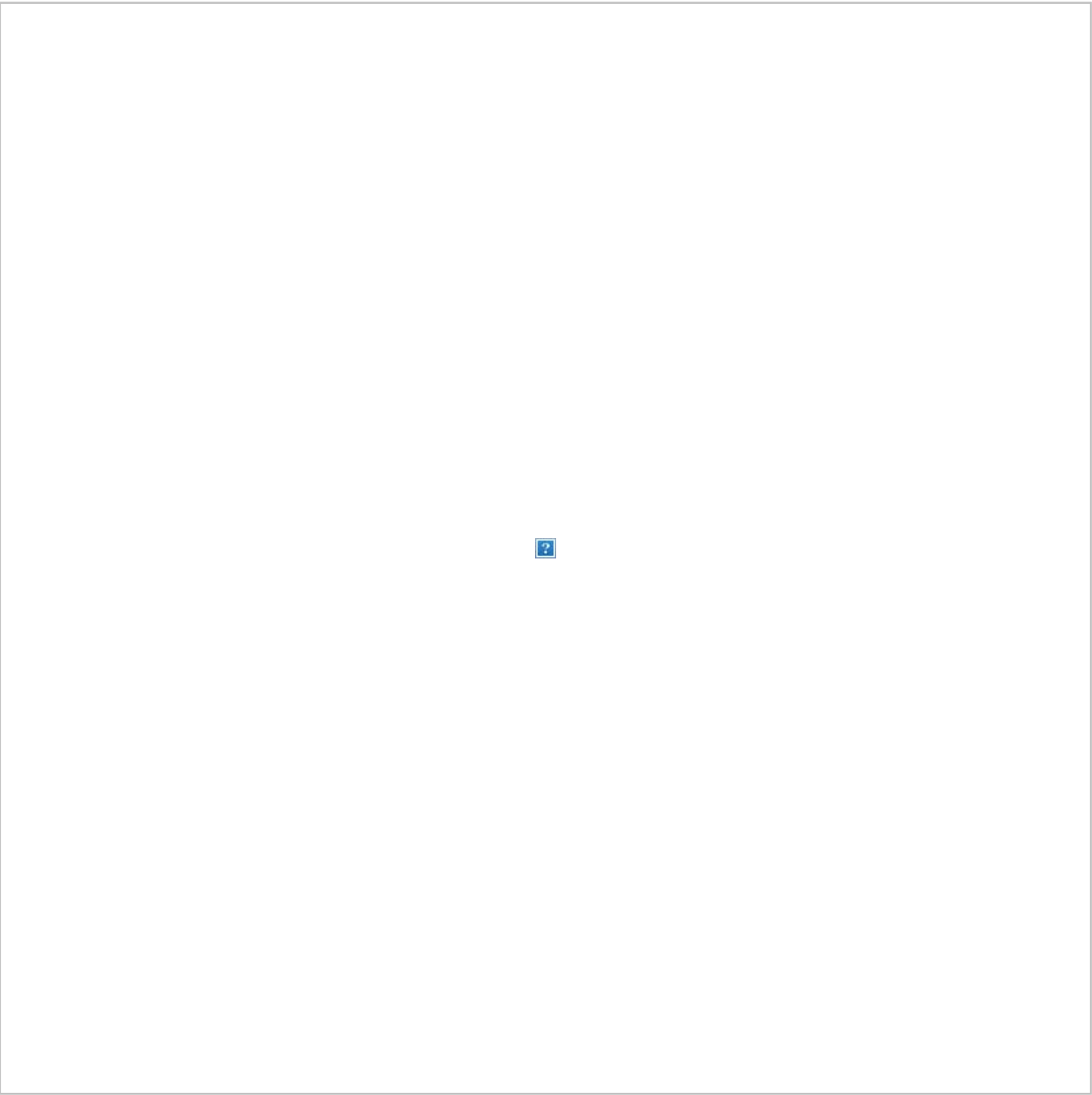
- Selon les données recueillies par le Compte satellite de la culture, le segment de l'enregistrement sonore de l'Ontario (d'une perspective du produit) a généré 379 millions de dollars en PIB en 2016. Entre 2015 et 2016, le secteur de l'enregistrement sonore a connu la croissance la plus élevée de tous les domaines culturels dans sa contribution en PIB, tant à l'échelle nationale (+7,3 %) que provinciale (+11,9 %)⁷.
- En 2015, l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore et de la musique a généré 148,1 millions de dollars en redevances et en droits de l'édition de musique. De ce montant, 72,1 millions de dollars ont été générés des droits d'exécution (48,7 %), suivis par 21,1 millions de dollars (14,2 %) découlant des droits de reproduction mécanique (15,3 %) et 19,8 millions de dollars (12,9 %) découlant des droits de synchronisation⁸.
- Un rapport publié par [Music Canada](#) soutient que les entreprises de musique en direct en Ontario ont généré 628 millions de dollars découlant d'activités liées à la musique en direct en 2013, près de 40 % de ces revenus étant générés par les ventes de billets⁹. Les festivals de musique qui s'élèvent à plus 550 en Ontario ont vendu près de 16 millions de billets en 2013¹⁰.
- En 2015, les ventes d'enregistrements musicaux au Canada étaient évaluées à 309 millions de dollars, une chute de 8,7 % par rapport à 2013. La majorité de ces chiffres étaient attribués à la vente de disques compacts (137,1 millions de dollars), suivie des enregistrements simples numériques, avec 71,2 millions de dollars, et des albums numériques, avec 65,0 millions de dollars. On estime que la vente des autres formats d'enregistrements de musique, y compris les disques vinyle et les DVD audio, a généré 35,7 millions de dollars en 2015, une augmentation de 160 % par rapport à 2013¹¹.
- Un rapport récent publié par le [Worldwide Independent Network \(WIN\)](#) indique que la part du marché du secteur mondial des maisons de disques indépendantes à partir de 2016 est de 38,4 %, et que ce segment vaut 6,0 milliards de dollars, une augmentation de 6,9 % par rapport à 2015¹². En ce qui concerne les données canadiennes, le rapport évalue la part du marché indépendant des revenus de la musique enregistrée au Canada à 20 %, avec la part de revenu du marché numérique à 21 %¹³.

MARCHÉ DE LA CONSOMMATION

- En 2017, 93 % des Canadiens écoutaient de la musique enregistrée, par rapport à 89 % en 2016, une partie de l'augmentation étant probablement attribuable à la consommation mobile accrue de musique au moyen de téléphones intelligents et de tablettes. L'écoute radiophonique (par satellite ou sur les ondes) demeure importante, et plus de la moitié des Canadiens (59 %) assistent aux événements en direct (dans de grandes et de petites salles de spectacle, et à des festivals), le taux étant plus élevé chez les milléniaux (70 %)¹⁴.
- Au Canada, la consommation de musique enregistrée (y compris les albums, les chansons et la diffusion en continu audio sur demande) a augmenté de 13,6 % en 2017 par rapport à 2016. La diffusion sur demande a augmenté de 70,6 %, dépassant 900 millions de ventes de pistes par semaine pour la première fois. Cette hausse a compensé pour une diminution des ventes d'albums et de pistes numériques, qui avaient chuté de 17,4 % et de 18,8 % respectivement au cours de l'année précédente¹⁵.
- En 2017, le genre musical à la croissance la plus rapide au Canada était le R&B/hip hop. Le niveau de consommation de diffusion en continu de ce genre a augmenté de 86 % par rapport à 2016. Sept des dix artistes les plus écoutés en diffusion en continu au Canada provenaient de cette catégorie, ainsi que trois des quatre meilleurs albums de l'année, notamment *More Life*, de [Drake](#), et *Starboy*, de [The Weeknd](#) – les deux étant des artistes canadiens¹⁶.
- En 2016, 55 % des dépenses des Canadiens relatives à la musique étaient consacrées aux événements en direct (notamment les concerts de musique, l'admission aux festivals de musique, les petites séances de musique en direct et les événements avec DJ), par rapport à 51 % en 2015¹⁷. Des données de Nielsen indiquent que plus de Canadiens (59 %) ont assisté à des événements en direct en 2017, par rapport à 2016. Le taux est plus élevé (70 %) parmi les 18-34 ans¹⁸.
- L'augmentation des services de diffusion en continu à l'échelle mondiale a été bien documentée, avec 45 % des utilisateurs ayant maintenant accès à un service de diffusion en continu audio sous licence (une hausse par rapport à 37 % en 2016)¹⁹. IFPI évalue qu'il existe 176 millions d'utilisateurs de comptes d'abonnement à un service de diffusion de musique en continu payé au monde²⁰.
- Au Canada, la diffusion en continu audio sur demande représente maintenant 53 % de la consommation totale d'audio, tandis qu'on

attribue 22 % aux ventes d'albums physiques, 13 % aux téléchargements d'albums numériques et 12 % aux ventes de pistes numériques. Toutefois, le format dans lequel la musique est consommée varie considérablement selon le genre. Par exemple, 45 % de la consommation de musique jazz et 43 % de la consommation de musique hard rock se font par l'entremise d'albums physiques, par rapport à seulement 7 % de la musique électronique/dance et de 9 % de musique rap consommées au moyen d'albums physiques²¹.

- Pour la septième année consécutive, les ventes de vinyles ont augmenté en 2017, avec une hausse de 22 %, soit 804 000 disques vendus. Parmi ces ventes, 59 % représentaient des titres de catalogue²².



- L'accroissement des abonnements aux services de musique sous licence et payés est considéré comme étant une occasion favorable pour l'industrie de la musique au Canada et partout au monde. En effet, on considère que les consommateurs de diffusion en continu payée dépensent 2,7 fois autant pour la musique que les consommateurs qui utilisent des services de diffusion en continu financés par la publicité et gratuits pour les consommateurs²³.
- IFPI évalue que 39 % des Canadiens ont utilisé un service de diffusion en continu audio sous licence au cours des six derniers mois. Il

s'agit d'un taux relativement bas de diffusion audio, par rapport aux consommateurs dans des compétences comme le Mexique (où 75 % ont eu recours à un service de diffusion en continu audio sous licence), la Suède (66 %) et la France (46 %). Le taux d'utilisation que font les Canadiens du téléphone intelligent pour écouter de la musique est également bas par rapport à d'autres pays, soit à 52 % (par rapport au sommet de 91 % au Mexique). À l'inverse, la propension qu'ont les Canadiens à utiliser YouTube pour écouter de la musique s'élève à 84 %²⁴.

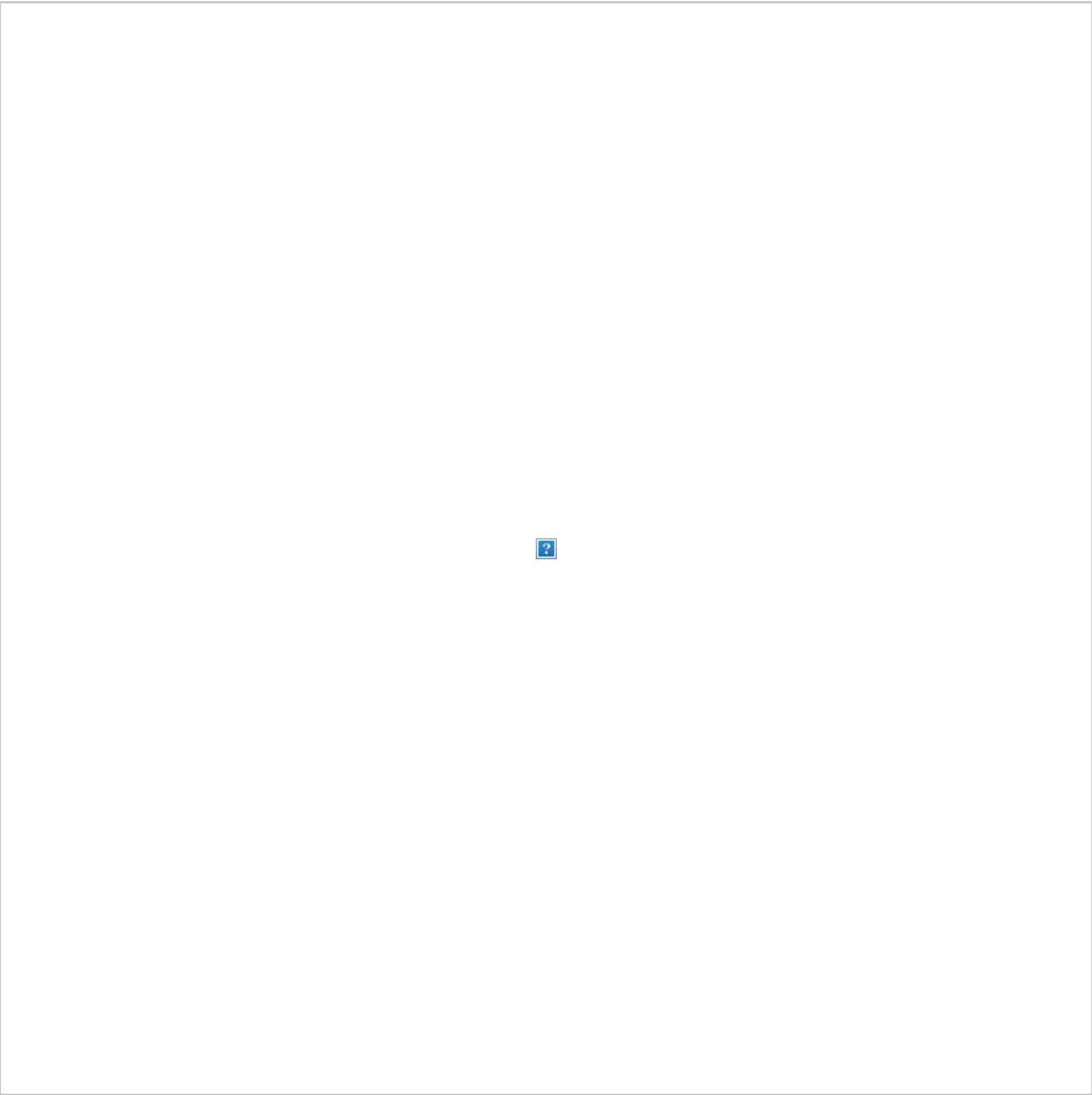
- YouTube demeure le service de musique le plus populaire à l'échelle mondiale, avec 85 % des personnes qui y ont recours pour avoir accès à du contenu musical et en consommer. Au Canada, 84 % des utilisateurs de YouTube accèdent à du contenu musical. D'ailleurs, l'utilisation de YouTube est plus fréquente comme plateforme de musique sur demande, et moins comme outil de découvertes musicales, avec 76 % des utilisateurs de musique sur YouTube qui préfèrent écouter de la musique qu'ils connaissent déjà²⁵.

TENDANCES ET ENJEUX

Cette section donne des renseignements sur les taux de croissance, tendances et enjeux émergents pour l'industrie canadienne de la musique.

TAUX DE CROISSANCE ET TENDANCES DE L'INDUSTRIE

- PwC prévoit que le marché mondial de la musique (y compris les revenus de la musique en direct, de la musique enregistrée, des prestations et de la synchronisation) enregistrera des gains réguliers à un taux de croissance annuel cumulé (TCAC) de 3,5 % de 2016 à 2021, passant de 47,17 milliards de dollars américains à 56,15 milliards de dollars américains au cours de cette période, avec une croissance menée par les secteurs de la musique enregistrée et de la musique en direct. Les taux de croissance seront les plus élevés en Amérique latine et en Amérique du Nord²⁶.
- La croissance mondiale de la musique enregistrée avait augmenté de 8,1 % en 2017, par rapport à 2015, représentant 17,3 milliards de dollars américains. Il s'agit de la troisième année consécutive de croissance mondiale pour l'industrie, et le taux de croissance le plus rapide depuis que IFPI surveille le marché (1997). Toutefois, ces gains devraient être considérés dans le contexte d'une industrie qui avait 15 ans de baisse considérable de revenu entre 1999 et 2014; les revenus actuels se situent juste un peu plus haut que les deux tiers du sommet du marché en 1999. La diffusion en continu accélère la croissance et forme la majorité des revenus du numérique. En 2017, la diffusion était également la principale source de revenus pour la première fois, représentant 38 % des revenus de la musique enregistrée. Le numérique (notamment la diffusion en continu, les téléchargements numériques et la musique sur les téléphones intelligents) représente maintenant 54 % du total des revenus de la musique enregistrée, tandis que les ventes physiques forment 30 %, les droits de prestation 14 % et la synchronisation, 2 %²⁷.
- On prévoit que le marché canadien de la musique connaisse un TCAC modeste de 1,8 % au cours de la période de 2016 à 2021. Le marché national de la musique est censé valoir 1,27 milliard de dollars américains d'ici 2021, une hausse par rapport à 1,16 milliard de dollars américains en 2016. Les segments dont on prévoit une croissance dans le marché canadien de la musique au cours des cinq prochaines années sont : revenus de la diffusion de musique numérique en continu (TCAC de 21,8 %), de la synchronisation (TCAC de 6,0 %) et de la musique en direct (TCAC de 3,2 %). Les segments dont on prévoit une chute de revenu sont : téléchargements de musique numérique (TCAC de -18,3 %), musique sur les téléphones intelligents (TCAC de -15,8 %), musique enregistrée en format physique (TCAC de -11,5 %) et droits de prestation (TCAC de -5,6 %). Les revenus de la musique en direct représentent une forte proportion de l'ensemble des revenus : en 2016, la musique en direct représentait 59,4 % des revenus. D'ici 2021, les revenus des commanditaires et des ventes de billets de musique en direct sont censés s'élever à 63,6 % du marché canadien de la musique²⁸.



- Pour approfondir le phénomène de la diffusion en continu dans le marché canadien de la musique, Nielsen soulève que les schémas de consommation de musique changent de plus en plus pour tendre vers le mobile, en particulier chez les adolescents et les milléniaux. En 2017, 93 % des consommateurs canadiens écoutaient de la musique, avec une période d'écoute de 32 heures par semaine en moyenne. Plus particulièrement, 79 % des milléniaux âgés de 18 à 34 ans écoutent la musique avec leur téléphone intelligent durant une semaine typique, par rapport à 53 % des consommateurs de musique canadiens²⁹.
- Malgré la popularité grandissante des services de diffusion en continu, la radio demeure le principal facteur de découvertes musicales au Canada (52 % qui utilisent la radio AM/FM sur les ondes, et 21 % qui écoutent la radio AM/FM en ligne). En outre, la radio AM/FM en ligne est l'outil de découvertes musicales le plus populaire chez les milléniaux, bien que la découverte grâce aux services de diffusion en continu en ligne soit en croissance³⁰.
- L'exportation continue d'être une activité commerciale essentielle pour les entreprises de la musique, en Ontario, au Canada et à l'étranger. Une étude récente commandée par la [CIMA](#) révèle que les activités d'exportation représentent une partie essentielle des plans d'affaires pour 87 % des entreprises de musique au Canada, avec 50 % des entreprises considérant les exportations comme

étant nécessaires à leur survie. De plus, les activités d'exportation, notamment les tournées de spectacles, les activités de diffusion et les festivals, les tournées promotionnelles à la radio et dans la presse écrite, et les réunions d'affaires coûtent plus du double du coût d'activités semblables menées dans des marchés nationaux. Malgré les limites posées par les coûts élevés des initiatives d'exportation, les entreprises dépensent 21 fois autant par artiste de la relève que pour d'autres artistes qu'elles représentent, à cause des retours potentiellement lucratifs et sensibles au facteur temps sur cet investissement³¹.

- Le rapport *Music in Motion* indique que les États-Unis, l'Europe et le Royaume-Uni forment les trois principaux marchés d'exportation pour les entreprises canadiennes³². La recherche sur le marché de l'exportation entreprise récemment par la [Canadian Association for the Advancement of Music and the Arts \(CAAMA\)](#) a exploré les possibilités offertes par la France, l'Italie, l'Irlande et le Royaume-Uni³³.
- L'exportation est une activité commerciale de plus en plus importante pour les éditeurs de musique en particulier. Le marché le plus prioritaire est encore une fois les États-Unis – l'Europe et l'Australie étant également des marchés convoités à cause de leurs cadres solides du droit d'auteur et de leurs taux de redevances élevés. Des marchés émergents, comme la Chine, l'Inde et l'Afrique, suscitent également l'intérêt, mais peuvent s'avérer difficiles à percer, à cause de la langue et de la force de leurs marchés nationaux, bien que les problèmes de protection du droit d'auteur demeurent un obstacle³⁴.

ENJEUX AU PAYS ET À L'ÉTRANGER

- Le Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts a lancé *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*, un document conçu pour accroître la sensibilisation et guider la croissance continue de l'industrie. Il cerne des actions, des principes et des priorités pour éclairer les politiques gouvernementales, notamment la Stratégie ontarienne de promotion des concerts, en cours de développement³⁵.
- Le projet de loi 166, *Loi de 2017 sur le renforcement de la protection des consommateurs ontariens*, a été adopté à la séance de l'automne 2017 de l'assemblée législative de l'Ontario. Cette Loi en crée une nouvelle, la *Loi sur la vente de billets*, qui interdit l'utilisation de logiciels d'achats de billets et la vente de billets au moyen d'un logiciel d'achats, et fixe le prix de revente des billets à 50 % de plus que la valeur nominale, en plus d'établir de nouvelles mesures exécutoires. [Music Canada Live](#) a applaudi la plupart des changements, mais a fait une déclaration pour exprimer sa préoccupation à propos de l'aspect réglementaire concernant le prix qui, selon lui, sera difficile à appliquer, incitant l'activité illégale et frauduleuse à s'enterrer davantage dans la clandestinité³⁶.
- La disparité entre les sexes dans l'industrie de la musique est une préoccupation fondée. [Women in Music Canada](#) a mené sa plus récente enquête en 2014, qui a permis de constater que les salaires annuels des femmes dans les entreprises de la musique étaient plus bas en moyenne que ceux de leurs collègues masculins, et de soulever que de nombreuses entreprises sondées ne comprenaient aucune femme dans des postes de direction. Deux événements ontariens, la [Canadian Music Week](#) et le [North By Northeast Music Festival](#), sont parmi les festivals de musique canadiens qui se sont joints au mouvement international [Keychange](#), qui plaide pour parvenir à la parité entre les sexes dans les programmations de festivals d'ici 2022³⁷. Les représentants de l'industrie de la musique se sont réunis en mars 2018 afin de discuter de harcèlement sexuel et de la façon d'améliorer la sécurité au travail, avec des plans en cours pour créer une politique à l'échelle industrielle contre le harcèlement en milieu de travail³⁸.
- L'accès aux marchés internationaux pour l'exportation et les activités relatives à l'exportation continue d'être un défi pour l'industrie de la musique au Canada. En particulier, les politiques en matière d'immigration et d'impôt statuant l'entrée aux États-Unis ont été identifiées comme étant un obstacle pour les professionnels et les artistes de l'industrie de la musique au Canada qui désirent diriger une entreprise aux États-Unis. Un rapport de la [CIMA](#) a cerné les deux principaux obstacles : les coûts administratifs pour traverser la frontière (y compris le coût des visas P2) et le coût de conformité au régime américain de retenue d'impôt³⁹. Les petites entreprises d'édition de la musique connaissent des difficultés pour faire augmenter leurs exportations lorsqu'il s'agit d'accéder au capital suffisant pour acquérir un catalogue, à du personnel et à de l'infrastructure technologique de haute qualité, et à des avances pour attirer et maintenir des auteurs-compositeurs⁴⁰.
- Le droit d'auteur demeure une question essentielle pour l'industrie de la musique au Canada. De récents développements en lien avec le droit d'auteur comprennent l'examen d'une durée de 5 ans de la *Loi sur le droit d'auteur*, en cours actuellement, ainsi qu'une consultation portant sur la réforme de la [Commission du droit d'auteur du Canada](#), un organisme de réglementation qui a reçu de fortes critiques de la part d'organisations commerciales de l'industrie de la musique pour plusieurs enjeux, l'un d'eux étant la durée de temps pour que des décisions soient prises⁴¹.
- Il existe une préoccupation majeure pour l'industrie internationale de la musique : la persistance de « l'écart des valeurs », défini

comme étant « une distorsion du marché dans lequel se trouve un décalage considérable entre le volume de musique diffusée mondialement et les récompenses qu'en ont reçues les détenteurs de droits⁴² ». Ce phénomène se reflète dans le fait qu'on estime à 900 millions d'utilisateurs de services de diffusion en continu financés par la publicité qui génèrent un total de 634 millions de dollars américains, tandis que les 68 millions d'utilisateurs de services de diffusion en continu par abonnement au monde sont responsables de produire 2 milliards de dollars américains pour les détenteurs de droits⁴³. Dans son plus récent rapport, [IFPI](#) soutient que ce problème a vu le jour à cause de l'application erronée des dispositions relatives à l'exonération de responsabilités⁴⁴. [Music Canada](#) a publié sa propre étude sur ce sujet et le sens qu'il a pour le Canada en 2017⁴⁵.

- Il existe un intérêt grandissant pour le potentiel économique et socioculturel associé à la culture des « villes de musique ». Le concept, défini par [Music Canada](#) dans son rapport intitulé *The Mastering of a Music City: Key Elements, Effective Strategies and Why it's Worth Pursuing*, est une ville ou une communauté de toute taille, avec une économie musicale vibrante. En développant des villes de musique et en leur permettant de réaliser leur potentiel, il est possible pour les communautés à l'échelle municipale de favoriser la croissance économique, la création d'emploi, les dépenses accrues, un meilleur revenu fiscal, ainsi que le développement culturel. À titre d'exemples de villes de musique, mentionnons Austin (Texas), Melbourne (Australie), Berlin (Allemagne) et Toronto⁴⁶. En outre, le concept des villes de musique (et de la façon de les cultiver) a été choisi par le secteur privé, notamment la [Chambre de commerce du Canada](#), ce qui a donné lieu à la publication de la *Trousse pour les villes de musique*⁴⁷. Un rapport récent de la [SOCAN](#) soulève que les jeunes professionnels urbains au Canada préfèrent vivre dans des quartiers dynamiques avec une scène locale qui comprend la musique en direct⁴⁸.
- [Bell Media](#) a officiellement mis un terme à MuchFACT, son programme de subventions pour les vidéos de musique, en août 2017, à la suite d'une décision du [CRTC](#) qui a supprimé l'exigence pour l'entreprise de le financer. Les représentants de l'industrie de la musique se sont plaints de la perte du programme dans une lettre ouverte au gouvernement fédéral qui les a exhortés à créer un modèle de financement de contenu visuel pour le secteur de la musique afin de combler le vide laissé par la fin de MuchFACT⁴⁹.
- Au début de 2017, le détaillant de musique HMV a été mis sous séquestre et en date d'avril, avait fermé 100 magasins partout au pays. Il a été signalé que l'entreprise devait 56 millions de dollars à ses principaux fournisseurs. Le détaillant Sunrise Records, établi à Ancaster, étend ses activités en ajoutant à ses 12 boutiques plus de 70 anciens points de vente à l'échelle nationale et engage maintenant environ 800 employés à temps plein et à temps partiel. Sunrise s'est dit heureux de sa première année. L'entreprise a vendu près de 500 000 vinyles, soutenu des groupes indépendants en acceptant des consignations à l'échelle locale et prévoit élargir sa présence tant physique qu'en ligne en 2018⁵⁰.

AIDE DE L'ÉTAT⁵¹

- Le [Fonds ontarien de promotion de la musique \(FOPM\)](#) est un fonds de 15 millions de dollars administré par la SODIMO et conçu pour renforcer l'industrie ontarienne de la musique et rehausser la position de l'Ontario à titre de chef de file mondial dans le domaine de la musique. Le FOPM est administré par la SODIMO et comporte quatre volets : [Développement des entreprises du secteur de la musique](#), [Développement de l'industrie de la musique](#), [Développement des talents](#) et [Promotion des concerts](#). 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 appuyant des missions internationales, comme les différentes missions musicales internationales de la [CIMA](#). Elle soutient également les kiosques du Canada et d'autres activités de promotion lors des principaux marchés, dont SXSW (États-Unis), Reeperbahn (Allemagne) et The Great Escape (Royaume-Uni).
- 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](#), ainsi que du [Conseil des arts du Canada](#). Le gouvernement fédéral s'est récemment engagé à moderniser le Fonds de la musique du Canada pour soutenir une série de formats musicaux et de prestations en direct et numériques. Des changements au programme seront annoncés au cours de la prochaine année, avec des directives révisées à mettre en place pour l'exercice financier 2019-2020⁵².
- D'autres organismes, tels que [FACTOR](#), le [Fonds RadioStar](#) (soutien privé, non gouvernemental) et des conseils des arts provinciaux, notamment le [Conseil des arts de l'Ontario](#), offrent divers programmes de soutien à l'industrie canadienne de la musique⁵³. En 2017, FACTOR a annulé sa politique de remboursement de prêts, annonçant que dorénavant, il offrirait exclusivement de l'aide financière sous forme de subventions⁵⁴.

RECONNAISSANCE DE L'INDUSTRIE

- L'industrie ontarienne de la musique produit un très grand nombre d'artistes, de maisons de disque et d'événements qui vendent le plus et qui sont acclamés par la critique :
- L'Ontarienne [Alessia Cara](#) a remporté le Grammy de la meilleure nouvelle artiste de l'année en 2018, la première fois où cette catégorie est gagnée par une artiste canadienne. [The Weeknd](#) a reçu un Grammy pour le meilleur album de musique urbaine contemporaine, pour *Starboy*, tandis que l'ingénieur aux enregistrements Charles Moniz a remporté quatre prix Grammy pour son travail à l'album *24K Gold*, de Bruno Mars.
- Au Gala des prix Juno de 2018, les artistes ontariens [Jessie Reyez](#) et [Daniel Caesar](#) ont remporté respectivement le prix de la Révélation de l'année et du Meilleur Album R&B/Soul de l'année.
- La Torontoise [Lido Pimienta](#) a remporté le prix Polaris de 2017 pour son album *La Papessa*. Les récipiendaires précédents du prix Polaris, représentés par une maison de disque ontarienne, comprennent [Buffy Sainte-Marie](#) ([True North Records](#)), [Feist](#) ([Arts & Crafts](#)) et [Tanya Tagaq](#) ([Six Shooter Records](#)).
- Le [Prism Prize](#) est un prix national décerné par des jurys et établi en 2013 dans le but de récompenser les artistes qui œuvrent dans le domaine des vidéos de musique au Canada. Parmi les récipiendaires de 2017, mentionnons [July Talk](#) ([Sleepless Records](#)), qui a reçu le Hi-Fidelity Award. Le Prix du public a été présenté à Winston Hacking, qui a réalisé la vidéo de la musique d'[Andy Shauf](#) pour « The Magician » ([Arts & Crafts](#)). [Revolver Films](#), une entreprise de production torontoise qui possède un bilan remarquable en films et en vidéos musicaux, a reçu le Prix de la contribution exceptionnelle.
- Le portail d'[Ontario en concert](#) fait la promotion des concerts qui ont lieu partout dans la province. L'Ontario abrite de nombreux excellents festivals de musique de divers genres, comme le [Ottawa Bluesfest](#), le festival [Hillside](#) (Guelph), [Boots & Hearts](#) (Oro-Medonte), [Field Trip](#) (Toronto), le [Niagara Jazz Festival](#) (Niagara-on-the-Lake) et [NXNE](#) (Toronto).

État au 24 avril 2018

NOTES DE FIN

[1 Statistique Canada](#), Tableau 361-0034 - *Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données). (consulté le : 2018-04-24).

[2](#) *ibid.* La classe des studios d'enregistrement sonore comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir les installations et l'expertise technique nécessaires à l'enregistrement d'interprétations musicales. Les établissements de cette classe peuvent également fournir des services audio de production ou de postproduction pour la création d'enregistrements maîtres de même que des services audio pour les productions cinématographiques, télévisuelles et vidéo. Les entreprises d'enregistrement intégrés sont exclues.

[3](#) Statistique Canada, Tableau 387-0012 - *Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit, annuel (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données). (site consulté le : 2018-03-22). Les mesures d'emplois font référence au nombre de rôles dans l'industrie, qu'ils soient à temps plein ou à temps partiel.

[4 Music Canada](#), *Les concerts sont à la hauteur : Analyse d'impact économique de l'industrie des concerts en Ontario*, décembre 2015, p. 27.

[5](#) Statistique Canada, Tableau 361-0034.

[6](#) *ibid.*

[7](#) Statistique Canada, Tableau 387-0012.

[8](#) Statistique Canada, Tableau 361-0062, *Enregistrement sonore et édition de musique, redevances et droits, aux deux ans (dollars x 1 000 000)*. CANSIM (base de données). (consulté le : 2018-02-26).

[9](#) Music Canada, *Les concerts sont à la hauteur*, p. 5.

[10](#) Communiqué, « L'Ontario met les fans en premier », ministère du Procureur général de l'Ontario, 26 juin 2017.

[11](#) Statistique Canada, Tableau 361-0065, *Enregistrement sonore et édition de musique, ventes selon le format d'enregistrements musicaux, tous les deux ans (dollars x 1 000 000)*. CANSIM (base de données). (consulté le : 2018-03-01).

[12](#) [Worldwide Independent Network \(WIN\)](#), WINTEL *Worldwide Independent Market Report 2017: The Global Economic & Cultural Contribution of the Independent Record Industry*, 23 octobre 2017, p. 12, 62-64.

[13](#) *ibid*, p. 40-42.

[14](#) [Nielsen Canada](#), *Music Canada 360 Report 2017*.

[15](#) Nielsen Canada, *2017 Year End Music Report*, p. 2,4,5.

[16](#) *ibid*, p. 9.

[17](#) Communiqué, *Nielsen Canada 360 Report*, Nielsen Canada, 16 juin 2016.

[18](#) Nielsen Canada, *Nielsen Music 360 Canada Report: Highlights*, mai 2017, p. 5, 7.

[19](#) [IFPI](#), *Connecting with Music: Music Consumer Insight Report*, septembre 2017.

[20](#) IFPI, *Global Music Report 2018: Annual State of the Industry*, avril 2018.

[21](#) Nielsen Canada, *2017 Year End Music Report*, p. 32.

[22](#) *ibid*, p. 12.

[23](#) *ibid*, p. 7.

[24](#) IFPI, *Connecting with Music*.

[25](#) *ibid*, p. 17.

[26](#) [PwC](#), *Global Entertainment and Media Outlook 2017-2021*, « Canada », juin 2017. Les revenus comprennent les dépenses des consommateurs faites pour la musique – format physique, numérique et en direct, ainsi que les revenus des commanditaires de musique en direct. Les revenus de la marchandise et de l'étalage commercial lors d'événements musicaux ne sont pas inclus. La diffusion en continu comprend le revenu des abonnements et des services de diffusion en continu soutenus par la publicité. Les données de PwC représentent les dépenses des consommateurs faites pour la musique à l'échelle des détaillants et excluent l'activité d'édition de la musique.

[27](#) IFPI, *Global Music Report 2018*.

[28](#) PwC.

[29](#) Nielsen Canada, *Nielsen Music 360 Canada Report 2017*, p. 5.

[30](#) Nielsen Canada, *Nielsen Music 360 Canada Report: Highlights*, juillet 2016, p. 5.

[31](#) [CIMA](#), *Music in Motion: An Analysis of Exporting Canadian Independent Music*, 28 novembre 2016. p. 29.

[32](#) *ibid*, p. 13.

[33](#) [SODIMO](#), *Recherche financée par la SODIMO*.

[34 Association canadienne des éditeurs de musique](#), *Export Ready, Export Critical: Music Publishing in Canada*, p. 1-3.

[35 Groupe de travail ontarien pour la promotion des concerts](#), *Vision pour l'industrie ontarienne de la musique en concert*, printemps 2018.

[36](#) Communiqué, « Loi sur le renforcement de la protection des consommateurs ontariens », [ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs](#), 13 décembre 2017; communiqué, « Music Canada Live responds to passing of Ontario's Ticket Sales Act », [Music Canada Live](#), 13 décembre 2017.

[37](#) « Four Canadian music festivals pledge to host gender-equal lineups by 2022 », [The Canadian Press](#), 26 février 2018.

[38](#) Karen Bliss, « Canadian music industry meets in Toronto for inaugural Anti-Harassment Summit », [Billboard.com](#), 2 mars 2018.

[39](#) CIMA, *Over the Border and into the Clubs: Canada's Music Industry and the U.S. Market*, 18 avril 2016. p. 6.

[40](#) Association canadienne des éditeurs de musique, *Export Ready, Export Critical*.

[41](#) Quentin Burgess, « What was said: Senators Call for Urgent Review of Canada's Copyright Board », Music Canada, 1er décembre 2016.

[42](#) Communiqué, « Global Music Report: Music Consumption Exploding Worldwide », IFPI, 12 avril 2016, p.8.

[43](#) *ibid.*, p.22.

[44](#) IFPI, *Global Music Report 2018*, p. 26.

[45](#) Music Canada, *The Value Gap: Its Origins, Impacts, and a Made-in-Canada Approach*, 2017.

[46](#) Music Canada, *The Mastering of a Music City*, 5 juin 2015.

[47](#) Music Canada, « Trousse pour les villes de musique », 20 septembre 2016.

[48](#) Communiqué, « Sondage : la majorité des jeunes canadiens souhaitent vivre dans des villes musicales », [SOCAN](#), 9 janvier 2018.

[49](#) Haydn Watters, « Bell Media axes MuchFact, leaving a gap in how Canadian music videos get funded », [CBC News](#), 26 septembre 2017.

[50](#) PwC.; Ritchie, « Sunrise Records' HMV Takeover », [Now](#), 22 mars 2017; David Farrell, « Vinyl is spinning huge sales for Sunrise Records », [FYI Music News](#), 24 janvier 2018.

[51](#) 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.

[52](#) [Ministère du Patrimoine canadien](#), *Le cadre stratégique du Canada créatif*, septembre 2017.

[53](#) FACTOR administre des fonds du gouvernement fédéral, ainsi que les contributions de radiodiffuseurs privés canadiens pour la production de contenu canadien. Le Fonds RadioStar a été créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs et est financé au moyen de contributions de radiodiffuseurs privés canadiens.

[54](#) Communiqué, « 2017-18 Changes to Program Guidelines & Business Policies », [FACTOR](#), 31 mars 2017.