

PROFIL SECTORIEL – MUSIQUE

PROFIL SECTORIEL – MUSIQUE : MAI 2024

INTRODUCTION

L'Ontario abrite la plus grande industrie musicale du Canada et un écosystème qui participe à la création, à l'écriture, à la production, à l'édition, à la distribution et à la présentation de musique originale. Cet écosystème comprend des musiciens, des auteurs-compositeurs, des maisons de disques, des gérants, des éditeurs de musique, des promoteurs de concerts, des salles de spectacle, des diffuseurs, etc. Bien que le secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale au Canada comprenne quelques grandes entreprises étrangères, il est principalement composé d'entreprises musicales indépendantes, solides et dynamiques, détenues et contrôlées par des Canadiens, qui sont à l'origine de la grande majorité du contenu canadien diffusé sur le marché.

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 aperçu de l'activité de l'industrie, en fonction des meilleurs renseignements disponibles.

EMPLOI ET SALAIRES

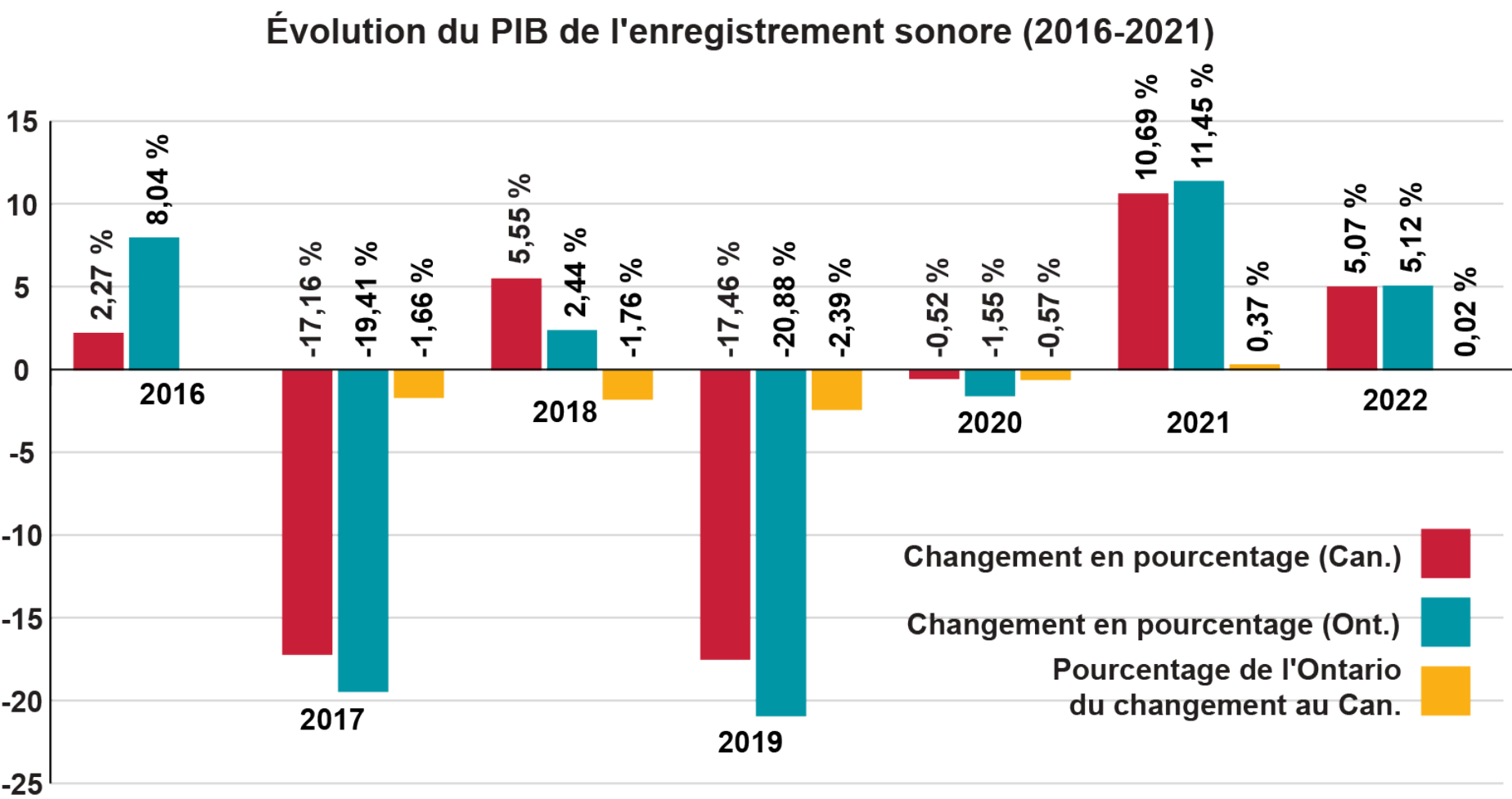
- En 2021, l'industrie ontarienne de l'édition musicale et de l'enregistrement sonore a généré près de 2100 emplois, soit 39 % des 5309 emplois du secteur au niveau national^[1]. Bien que le nombre d'emplois, tant à l'échelle nationale qu'en Ontario, soit revenu au niveau de 2019, il est inférieur à celui des années précédentes.
- L'industrie ontarienne de l'enregistrement et de la distribution sonores a versé 54,7 millions de dollars en salaires, traitements et avantages sociaux en 2021^[2]. Ces données n'incluent pas les spectacles sur scène ni l'édition musicale. L'industrie des studios d'enregistrement a versé 21,3 millions de dollars en salaires, traitements, commissions et avantages sociaux en 2021, soit le montant le plus élevé des dix dernières années^[3].
- Le profil du rapport statistique de 2023 d'Éditeurs de musique au Canada et de l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) fait la lumière sur l'état actuel des éditeurs de musique au Canada. Par rapport à 2020, l'industrie de l'édition a vu ses revenus augmenter de 4,3 % (12 millions de dollars), les droits mécaniques sont passés de 23 % à 30 % en ce qui concerne les sources de revenus et 71 % des revenus des entreprises indépendantes appartenant à des Canadiens proviennent de sources étrangères. Malheureusement, en ce qui concerne l'emploi, l'enquête n'indique aucune augmentation du nombre d'emplois au cours des quatre dernières années.
- L'Association canadienne de musique sur scène a publié un nouveau rapport intitulé *Reflections on Labour Challenges in the Live Music Industry* (réflexions sur les défis de la main-d'œuvre dans l'industrie du spectacle) qui présente un aperçu actuel de la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur des spectacles sur scène dans la province. Le rapport constate qu'au sortir de la pandémie, la pénurie de main-d'œuvre qui existait déjà a été exacerbée par les conditions de travail précaires de l'industrie. La pénurie a été ressentie de manière plus prononcée dans certaines fonctions (technique, audiovisuel), parmi les travailleurs en milieu de carrière. Le rapport a également révélé que les communautés des PANDC marginalisées étaient plus durement touchées par les problèmes de main-d'œuvre^[4].
- Le récent rapport d'Éditeurs de musique au Canada, *Future of Work: Talent Acquisition, Retention, and DEI in the Music Publishing Industry in Canada* (l'avenir du travail : acquisition, rétention et diversité, équité et inclusion des talents dans

l'industrie de l'édition musicale au Canada), a examiné la situation de l'emploi dans l'industrie de l'édition musicale sous l'angle des ressources humaines, dans le but de mieux comprendre l'acquisition et la rétention des talents, ainsi que la diversité, l'équité et l'inclusion dans le secteur. Le rapport présente également une série de pratiques exemplaires que les entreprises peuvent adopter sur leur lieu de travail en ce qui concerne les offres d'emploi, les consultations avec les candidats, l'examen des rémunérations et l'utilisation d'une main-d'œuvre internationale^[5].

REVENUS ET CHIFFRES CONNEXES

- L'industrie ontarienne de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale a contribué pour près de 215 millions de dollars au PIB de l'Ontario en 2021, soit une augmentation de 12 % par rapport à 2020^[6]. L'Ontario détient toujours une part de marché de 56 % du PIB canadien total généré par le secteur.
- L'industrie ontarienne de l'enregistrement et de la distribution sonores a généré des recettes d'exploitation de plus de 535 millions de dollars en 2021, avec une marge bénéficiaire d'exploitation de 8,7 %^[7]. Les recettes d'exploitation ont connu une augmentation de 23 % par rapport à 2019 et représentent 74 % des recettes d'exploitation de l'industrie dans le pays.

[Insérer le diagramme à barres « Évolution du PIB de l'enregistrement sonore (2017-2021) ». Texte alternatif : Un diagramme à barres décrivant les augmentations du PIB pour le Canada et l'Ontario, ainsi que l'évolution du pourcentage du PIB national auquel l'Ontario a contribué.]



Source : Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01 – Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1 000).

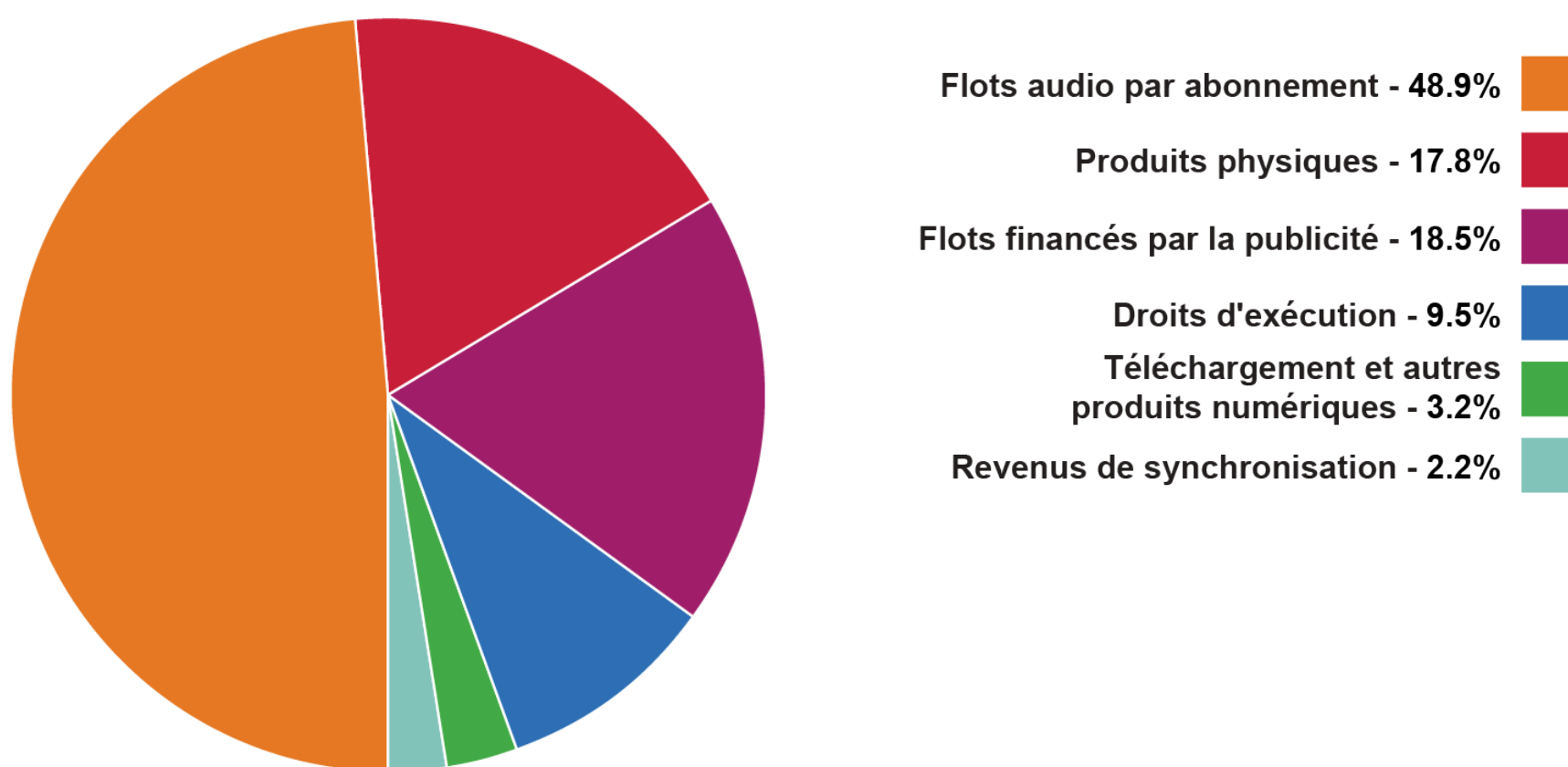
- Selon PwC, les revenus tirés des spectacles sur scène ont atteint 638 millions de dollars en 2022 et devraient augmenter à un taux de croissance annuel composé moyen de 4,3 % pour atteindre un total de 788 millions de dollars d'ici 2027^[8]. Selon le rapport de PwC de l'année dernière (2022), les revenus tirés des spectacles sur scène avant la pandémie s'élevaient à 801 millions de dollars^[9], et d'après les estimations actuelles, les revenus ne reviendront pas à ce niveau avant 2027.
- En 2022, les revenus du marché canadien de la musique ont été évalués à 1,58 milliard de dollars américains par PwC, avec un marché vigoureux de la musique numérique en continu d'une valeur de 775 millions de dollars américains^[10]. La croissance du marché de la diffusion numérique en continu en 2022 est estimée à 9,6 %^[11].
- Selon l'IFPI, le marché mondial de la musique enregistrée a progressé de 10,2 % en 2023, les recettes augmentant dans tous les formats, à l'exception des téléchargements numériques et des autres formats numériques. Les revenus mondiaux globaux ont dépassé 28,6 milliards de dollars, et ont marqué la 9e année consécutive de croissance et le taux de croissance le plus élevé jamais enregistré^[12].
- Cette croissance est due en grande partie aux revenus liés à la diffusion en continu, qui ont augmenté de 10,4 %. Il s'agit du format de consommation de musique le plus répandu dans le monde et du premier format de revenus sur presque tous les marchés. La diffusion en continu a représenté plus des deux tiers des revenus du marché mondial^[13].
- Chacun des dix principaux marchés mondiaux a enregistré une croissance d'une année à l'autre, la Chine arrivant en tête avec une augmentation de 25,9 %^[14]. Au Canada, les recettes ont augmenté de 12,2 %, soit plus que les États-Unis, qui

ont enregistré une croissance de 7,2 %^[15].

- Pour la troisième année consécutive, les ventes mondiales de musique physique (CD, vinyles et autres formats physiques) ont augmenté, et 2023 a connu une croissance à deux chiffres de 13,4 %, par rapport à 3,8 % en 2022. Les revenus des médias physiques ont affiché le taux de croissance le plus élevé de tous les formats en 2023^[16].
- Les droits d'exécution (9,5 %) et les droits de synchronisation (4,7 %) ont augmenté en 2023 et représentent respectivement 9,5 % et 2,2 % du marché mondial de la musique^[17].

[Insérer le diagramme à secteurs « Sources de revenus à l'échelle mondiale (2023) ». Diagramme à secteurs décrivant les sources de revenus de l'industrie musicale mondiale en 2022. Le pourcentage le plus élevé est constitué par les flots audio par abonnement (48,3 %), suivis par les flots financés par la publicité (18,7 %), les disques physiques (17,5 %), les droits d'exécution (9,4 %), les téléchargements et autres produits numériques (3,6 %), et les revenus de synchronisation (2,4 %).]

Sources de revenus à l'échelle mondiale (2023)



Source : ifpi, ifpi Global Music Report 2024 – The State of the Industry, p. 11.

- En 2022, la SOCAN a versé 484 millions de dollars pour la musique sous licence, soit une augmentation de 16 % par rapport à 2021^[18]. Les perceptions nationales ont atteint 374 millions de dollars, soit une augmentation de plus de 20 % par rapport à 2021, et les redevances liées à Internet, en hausse de 24 %, ont représenté 167 millions de dollars^[19].
- Une recherche commandée par Éditeurs de musique au Canada et l'APEM souligne que leurs membres éditeurs de musique au Canada ont déclaré 289 millions de dollars de revenus en 2023, ce qui représente une augmentation annuelle moyenne de 5,6 % depuis 2016^[20]. De plus, 71 % de ces revenus provenaient de sources étrangères^[21]. Pour les entreprises basées en Ontario, les revenus provenant de sources étrangères représentent 55 % des revenus bruts^[22].
- L'Ontario a exporté pour 153,4 millions de dollars de produits d'enregistrement sonore et d'édition musicale à l'échelle internationale en 2021, ce qui est encore bien en deçà des plus de 200 millions de dollars déclarés en 2019 et au cours des années précédentes^[23].

MACHÉ DES CONSOMMATEURS

- Le Canada était le 8e marché de la musique en importance en 2023, après les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Chine, la France et la Corée du Sud^[24].
- Le Canada était le 9e pays en importance pour ce qui est du volume global d'écoutes en continu (audio et vidéo à la demande) en 2023, avec 145,3 milliards d'écoutes en continu^[25].
- La consommation totale d'albums, y compris les albums physiques, les équivalents en diffusion continue et les téléchargements, a augmenté de 15 % en 2023^[26]. Les ventes totales d'albums (physiques et numériques) ont continué à diminuer et ont enregistré une baisse de 1,9 %, principalement due à une combinaison de ventes d'albums numériques (-18,5 %) et d'albums physiques (-11 %) d'une année sur l'autre^[27]. Les ventes de titres numériques ont également diminué de 16,7 %, tandis que les diffusions de chansons audio et vidéo à la demande ont augmenté de 14,6 %^[28].
- Les diffusions audio à la demande au Canada ont franchi la barre des 100 milliards pour la première fois en novembre 2022 sur des plateformes autorisées, telles que Spotify, Apple Music, Amazon et Tidal^[29].
- En ce qui concerne les ventes d'albums physiques autres que les CD (vinyles et cassettes), les ventes de vinyles ont diminué de 2,3 % en 2022, par rapport à 21,7 % en 2021. Bien que minimes par rapport aux autres formats, les ventes de

cassettes ont augmenté de 26,6 %^[30].

- La consommation de musique de catalogue est définie comme étant la musique qui a été mise sur le marché plus de 18 mois avant un point donné dans le temps. En 2023, l'augmentation d'une année sur l'autre de la consommation d'albums de catalogue au Canada a augmenté de 17,4 %, tandis que la consommation d'albums de musique courante a également augmenté de 9,1 %. Selon ce rapport, 73,1 % de la consommation de musique était constituée d'albums de catalogue, tandis que la consommation d'albums de musique courante représentait 26,9 %^[31].
- En 2022, les revenus de la radio commerciale ont augmenté pour la première fois en cinq ans (2017). Les revenus ont augmenté de 3 % dans l'ensemble, principalement en raison d'une augmentation de 11 % des ventes en heure locale. Alors que les revenus de la radio francophone ont diminué de 4 %, la radio anglophone et la radio allophone ont enregistré des gains de 5 % et de 6 % respectivement. Cela dit, le taux de croissance annuel composé a diminué de 6,2 %^[32].
- Alors que le nombre d'auditeurs de la radio traditionnelle continue de diminuer en raison de l'adoption croissante de l'audio en ligne, les données ont révélé que l'écoute de la radio peut être saisonnière, certains mois ayant plus d'auditeurs que d'autres. Au cours des trois dernières années, le mois de mai a enregistré la moyenne d'heures d'écoute la plus élevée, tandis que le mois d'avril a enregistré la moyenne la plus faible^[33].

TENDANCES ET ENJEUX

Cette section donne des renseignements sur les taux de croissance, les tendances et les enjeux émergents pour l'industrie canadienne de la musique. Les principaux enjeux sont les services de diffusion de musique en continu, la diversité, les concerts et les spectacles en ligne.

TAUX DE CROISSANCE ET TENDANCES DE L'INDUSTRIE

- Bien que la pandémie de COVID-19 a considérablement perturbé l'industrie du spectacle, elle a fait preuve de résilience et de créativité dans un monde postpandémie. Après deux années de ralentissement, les années 2022 et 2023 ont connu des records en ce qui concerne le montant total des recettes des 100 plus grandes tournées mondiales, selon Pollstar^[34]. En 2023, les 100 plus grandes tournées ont rapporté près de 9,17 milliards de dollars, soit une augmentation de près de 65 % par rapport à 2019. Trois tournées ont représenté à elles seules près de 2 milliards de dollars de ces recettes brutes : Taylor Swift, Beyoncé et Bruce Springsteen^[35]. Si l'on considère plus particulièrement les tournées nord-américaines, Drake a réalisé la quatrième tournée la plus lucrative et a été le seul Canadien à figurer dans les 10 plus grandes tournées^[36].
- En ce qui concerne les 100 plus grandes tournées, les ventes totales de billets ont augmenté de 18,4 %, le nombre moyen de billets par spectacle a augmenté de 24,25 % et le prix moyen des billets a augmenté de 23,33 % de 2022 à 2023^[37].
- Les cinq types de salles de spectacle (amphithéâtres, arènes, clubs, stades, théâtres) ont connu une croissance à deux chiffres de leurs revenus de 2022 à 2023, les arénas et les stades affichant des hausses respectives de 35 % et 38 %^[38].
- Tandis que des records de recettes ont été battus en 2022 et 2023, les coûts des tournées ont augmenté. Tous les aspects du transport, de la main-d'œuvre, de l'assurance, de la production et des coûts des salles de spectacle ont considérablement augmenté, ce qui a amené les artistes et les promoteurs à reconsidérer les tournées en 2023 et par la suite. L'un des moyens pour les artistes de réduire les coûts est de faire des tournées acoustiques, car les frais généraux sont moindres, tandis que l'on constate également une augmentation du nombre d'anciens artistes qui optent pour moins de dates de tournée, mais plus d'événements corporatifs^[39].
- La forte augmentation du prix des billets de concert par rapport à l'ère pré-pandémie constitue un sujet de discordance important pour les amateurs de concerts. Les prix de revente des billets sur SeatGeek sont passés de 116 dollars sur une période de trois mois en 2019 à plus de 240 dollars en 2023^[40]. Le marché secondaire vend en moyenne les billets au double du prix du vendeur principal, ce qui a amené le PDG de Live Nation à faire remarquer « que les concerts et autres événements en direct sont vendus à des prix inférieurs à la valeur du marché^[41]. »
- Il est possible que l'émergence de billets de concert haut de gamme ne s'estompe pas dans un avenir immédiat. Bien que les coûts de production des concerts aient augmenté après la pandémie de COVID-19, Paul Biro, président de l'agence Sakamoto, estime que les plus grands artistes essaient encore de compenser les pertes subies pendant la pandémie et ont la possibilité de maximiser leurs profits^[42].
- Le 1er avril 2024, les frais de visa américain pour les artistes en tournée (visas O et P) augmenteront de plus de 500 dollars, passant de 460 dollars actuellement à 1065 dollars. C'est la première fois que les frais de demande pour les musiciens itinérants ont été augmentés depuis 2016, et ils sont inférieurs à l'augmentation des frais qui avait été initialement proposée. Les services américains de citoyenneté et d'immigration, qui supervisent les visas, affirment que ces augmentations visent à « couvrir le coût de l'activité et à éviter l'accumulation de futurs retards^[43] ».
- L'étude de l'IFPI sur les comportements d'écoute musicale dans 26 des principaux marchés mondiaux de la musique suggère qu'en moyenne, les gens passent 20,7 heures à écouter de la musique chaque semaine, une augmentation par rapport à 20,1 heures en 2022, et qu'en moyenne, les gens utilisent sept méthodes différentes pour écouter de la musique^[44].

- Les plateformes vidéo de courte durée continuent de jouer un rôle clé dans l'engagement et la découverte de la musique. Selon l'IFPI, 82 % des personnes interrogées âgées de 16 à 24 ans écoutent de la musique au moyen d'applications vidéo de courte durée^[45].
- Les redevances musicales et les licences ont fait la une des journaux en janvier 2024 lorsque des informations ont été publiées selon lesquelles l'accord de licence entre Universal Music Group (UMG) et TikTok était sur le point d'expirer, faute d'avoir été renouvelé. Selon UMG, trois points sont au cœur du litige : une rémunération appropriée pour les artistes et les auteurs-compositeurs, la protection des artistes humains contre les effets néfastes de l'IA, et la sécurité en ligne pour les utilisateurs de TikTok. Dans le cadre de ce litige, UMG a retiré de la plateforme son catalogue et les œuvres d'Universal Music Publishing Group^[46]. En mai 2024, UMG a annoncé un accord de licence multidimensionnel avec TikTok, le communiqué soulignant que l'accord offrira « une meilleure rémunération pour les auteurs-compositeurs et les artistes d'UMG, de nouvelles possibilités de promotion et de participation pour leurs enregistrements et leurs chansons et des protections à la pointe de l'industrie en ce qui concerne l'IA générative^[47] ».
- Les acquisitions de catalogues musicaux très médiatisés ont continué à faire les gros titres jusqu'en 2024, les artistes actuels et anciens continuant à vendre leur répertoire. Parmi les acquisitions récentes de catalogues canadiens, citons le producteur Ninteen85, qui a vendu ses œuvres à Kilometer Music Group^[48], le producteur légendaire David Foster, qui a vendu 100 % de sa part d'auteur des revenus de ses œuvres à Hipgnosis Songs Capital^[49], Deryck Whibley, auteur et chanteur de Sum 41, qui a vendu ses droits d'édition à HarbourView Equity Partners^[50], et surtout Justin Bieber, qui a vendu ses droits musicaux, dans le cadre d'une transaction estimée à 200 millions de dollars^[51].
- L'IFPI et Music Canada ont pris des mesures à l'encontre de neuf services de manipulation de la diffusion en continu au Canada, et tous ont été fermés^[52]. Legitary Data, qui vient de publier ses dernières conclusions en mars 2024, a constaté qu'après avoir analysé 700 milliards de données de 2022, jusqu'à 16 % des relevés de diffusion en continu des fournisseurs de services numériques sont suspects, ce qui représente jusqu'à 3 milliards de dollars de revenus comptabilisés de manière incorrecte^[53]. Si les fermes de diffusion en continu et la fraude à la diffusion en continu font partie du problème, le rapport souligne que la majeure partie du problème provient d'erreurs de données^[54].
- Au cours des dernières années, on a assisté à une évolution des différents territoires qui ont adopté la portée mondiale des artistes. Les maisons de disques travaillent avec des artistes d'ethnies, d'origines et de langues diverses, ce qui peut avoir une incidence au-delà des frontières. Le lien entre le Canada et l'Inde est très fort et, en 2022, trois des quatre chansons les plus populaires en Inde provenaient d'artistes qui s'étaient installés au Canada ou qui y avaient passé beaucoup de temps^[55]. Warner Music India et Warner Music Canada ont créé une entreprise commune^[56] et ont été récompensés lors de la cérémonie des JUNO de 2024 lorsque leur artiste, Karan Aujla, a remporté le Fan Choice Award^[57].
- Wavelength Music Arts Projects, connu pour ses séries musicales et ses festivals annuels organisés à Toronto, a publié une nouvelle étude intitulée « Reimagining Music Venues ». Le rapport examine l'état actuel des salles de concert de l'Ontario (notamment au moment où la province sortait de la pandémie de COVID-19), leur rôle en tant que centres culturels et les possibilités de les réimaginer à l'avenir dans une optique de préservation et d'innovation. Le rapport propose des recommandations pour promouvoir la longévité, l'innovation et la croissance du secteur du spectacle dans la province :
 - Créer un observatoire de l'écosystème du spectacle sur scène afin de recueillir des données qui aideront à définir les politiques futures.
 - Favoriser la création ou l'utilisation d'espaces innovants (tels que des camions de scène mobiles) ou d'espaces non traditionnels, tels que les parcs.
 - Explorer de nouveaux modèles de financement pour les spectacles sur scène.
 - Plaider en faveur de nouveaux projets d'infrastructure (réaffectation ou réanimation d'espaces) afin de créer de nouveaux espaces pour les spectacles sur scène^[58].

ENJEUX AU PAYS ET À L'ÉTRANGER

- Le climat économique actuel a des répercussions considérables sur l'industrie de la musique, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays. Au cours de l'année écoulée, des licenciements et des restructurations ont eu lieu dans l'ensemble de l'industrie musicale à l'échelle mondiale. En février 2024, Warner Music Group a annoncé son intention de supprimer 10 % de son personnel, ce qui représente environ 600 emplois. Cette mesure fait suite aux licenciements intervenus au printemps 2023, au cours desquels 270 personnes avaient été licenciées^[59]. En février 2024, UMG a annoncé son intention de supprimer 271 millions de dollars d'emplois dans le cadre d'un « remaniement organisationnel^[60] ».
- Les maisons de disques n'ont pas été les seules entreprises musicales à réduire leurs effectifs ces derniers temps, mais d'autres se joignent à la tendance. En 2022, les licenciements ont commencé à se propager dans l'industrie technologique et se sont poursuivis jusqu'en 2023. En décembre 2023, Spotify a annoncé qu'elle réduirait ses effectifs à l'échelle mondiale de 17 %, son troisième licenciement de l'année^[61], tandis que son compatriote Tidal a annoncé une réduction de plus de 10 % de son personnel^[62]. En novembre, Amazon a réduit les effectifs de sa division de diffusion musicale en continu en Amérique latine, en Amérique du Nord et en Europe^[63]. Bandcamp a supprimé 50 % de ses effectifs en octobre, après avoir été racheté par Songtradr^[64].

- L'essor de l'intelligence artificielle (IA) et des outils d'IA générative, tels que ChatGPT et Midjourney depuis 2022 a pris d'assaut le monde numérique. Mais la technologie de l'IA a également trouvé sa place dans le monde de la musique. En avril 2023, une chanson dans laquelle les voix de Drake et The Weeknd étaient générées par l'IA est devenue virale sur les médias sociaux et les plateformes de diffusion en continu, avant d'être retirée pour cause de violation des droits d'auteur^[65].
- Au Canada, le gouvernement fédéral a mené des consultations sur l'IA et a demandé l'avis des intervenants sur la politique en matière de droits d'auteur. De nombreuses organisations professionnelles de l'industrie de la musique ont fait part de leurs commentaires, notamment Music Canada, la SOCAN, l'Association canadienne de la musique indépendante et Éditeurs de musique au Canada.
- À l'échelle mondiale, le Forum international des éditeurs de musique indépendants, qui regroupe 200 sociétés d'édition musicale indépendantes, a publié une série de lignes directrices à l'intention des concepteurs d'IA. Ces lignes directrices s'articulent autour de quatre principes fondamentaux pour l'utilisation éthique de la musique dans la génération d'IA^[66]. Ces principes sont les suivants :
 - la conformité avec les lois sur la propriété intellectuelle et les droits d'auteur pour toutes les parties concernées par l'application de l'IA;
 - la conservation des enregistrements des œuvres musicales et littéraires utilisées dans l'apprentissage automatique;
 - l'étiquetage de la musique générée par l'IA;
 - une distinction claire entre la création humaine et la génération technique.
- La chanson de Drake et The Weeknd générée par l'IA a été soumise à l'examen de plusieurs catégories des Grammy, ce qui a incité la Recording Academy, qui décerne les Grammy, à publier une déclaration et des précisions sur la musique générée par l'IA, en clarifiant que « seuls les créateurs humains peuvent être soumis à l'examen, nommés ou remporter un Grammy. Une œuvre qui ne contient pas d'auteur humain n'est admissible dans aucune catégorie^[67] ».
- Les prix Juno n'ont pas tardé à emboîter le pas en adoptant leurs propres lignes directrices en matière d'admissibilité de l'IA. Les enregistrements peuvent faire appel à l'intelligence artificielle, à condition qu'elle ne soit pas la seule ou la principale composante de l'enregistrement. Le président de l'Académie canadienne des arts et des sciences de l'enregistrement, Allan Reid, a indiqué que l'adoption et l'interprétation de l'IA pour les prix en étaient à leurs « années d'apprentissage^[68] ».
- La musicienne canadienne Grimes a emprunté une voie différente avec la technologie de l'IA et a invité les créateurs à utiliser sa voix pour de nouvelles productions musicales. Ceux qui souhaitent utiliser sa voix peuvent s'inscrire sur son site Web et peuvent utiliser sa voix sans pénalité. Elle prévoit en outre « partager 50 % des redevances sur toute chanson générée par l'IA qui utilise sa voix^[69] ».
- YouTube a annoncé qu'il allait introduire « la possibilité pour ses partenaires musicaux de demander le retrait des contenus musicaux générés par l'IA qui imitent la voix unique d'un artiste qui chante ou qui rappe ». Par ailleurs, les créateurs devront préciser si une vidéo contient du contenu généré par l'IA avant de la publier, afin qu'un avertissement y soit apposé^[70].
- Le quatrième rapport annuel « Be The Change: Gender Equity In Music » a été publié en mars 2024, et l'enquête a révélé que les femmes et les personnes non conformes au genre sont plus susceptibles que les hommes de considérer l'industrie de la musique comme « généralement discriminatoire ». En effet, 49 % des femmes et 41 % des personnes non conformes au genre sont de cet avis^[71]. Bien que le rapport soit à l'échelle mondiale, il a été ventilé par région et a révélé que 65 % des femmes en Amérique du Nord subissaient une pression pour paraître bien, ce qui est le chiffre le plus élevé de toutes les régions^[72].
- En mai 2023, Music Canada a publié un rapport de recherche qu'il a mené en collaboration avec le Diversity Institute de l'Université métropolitaine de Toronto pour produire un rapport reposant sur une enquête nationale auprès des professionnels de l'industrie. Le rapport, intitulé « Enablers and Barriers to Success in Canada's Music Industry », a été élaboré avec l'aide de groupes d'associations professionnelles clés, dont le Music Canada Advisory Council, l'Association canadienne de la musique sur scène, l'Association de la musique country canadienne, Women in Music Canada, ADVANCE et d'autres intervenants^[73]. L'étude a révélé que si des mesures ont été prises pour réduire les obstacles et les discriminations, il reste encore beaucoup à faire. Les trois principaux facteurs de réussite mentionnés sont les possibilités de réseautage ou de collaboration et le soutien des pairs. En ce qui concerne les obstacles, le principal est l'instabilité financière, suivi de l'incapacité à s'orienter dans le secteur et du manque de possibilités d'avancement^[74]. Comme prévu, la disparité des revenus existe dans tous les aspects de l'industrie, et les personnes qui gagnent le plus sont les hommes, avec 17 % des répondants gagnant plus de 100 000 dollars par année, tandis que les femmes (25 %) et les personnes non binaires (47 %) gagnent moins de 99 999 dollars^[75]. La discrimination persiste, qu'elle soit fondée sur le sexe, la race ou l'orientation sexuelle. Les membres de ces groupes connaissent des niveaux plus élevés d'instabilité de l'emploi, des niveaux de revenus plus faibles et se sentent plus souvent victimes de discrimination que leurs homologues non racisés^[76]. Une série de recommandations est présentée pour aborder ces problèmes à l'échelle de la société, de l'organisation et de la personne, car nombre d'entre eux découlent de ces trois domaines d'interaction au sein de l'industrie. Parmi les exemples, citons :

- la mise en valeur et la célébration des succès des talents autochtones, noirs, racisés, en situation de handicap et sexuellement diversifiés, et la mise en évidence de modèles diversifiés au sein de l'industrie musicale^[77];
 - la création de stratégies intégrées pour développer des pratiques de recrutement équitables et exemptes de préjugés^[78];
 - la participation aux pratiques et processus organisationnels qui contribuent à la diversité et à l'inclusion au sein de votre organisation^[79].
- Bell Media a créé une énorme secousse médiatique au début de 2024 après avoir annoncé que 45 de ses 103 stations régionales avaient été vendues, dans un contexte de licenciements généralisés et de réductions de la programmation télévisuelle. Les stations vendues se trouvent en Colombie-Britannique, en Ontario, au Québec et dans les provinces de l'Atlantique. Il s'agit de la deuxième annonce de licenciement et de vente de stations de radio en l'espace d'un an, après que Bell Média a éliminé ou vendu neuf stations de radio au printemps 2023^[80].
 - Le 27 avril 2023, le projet de loi C-11, Loi sur la diffusion continue en ligne, est entré en vigueur. L'objectif de cette Loi est de moderniser la *Loi sur la radiodiffusion* afin d'y inclure les radiodiffuseurs en ligne et de répondre à l'importance croissante des médias numériques en ligne. Les consultations du CRTC ont débuté en mai 2023 afin de définir un nouveau cadre réglementaire, d'examiner le contenu canadien et de se pencher sur des questions politiques clés. Les résultats des consultations et le cadre, y compris la façon dont la Loi s'applique à la musique, devraient être publiés à la fin de l'année 2024^[81].
 - Le projet de loi C-27, la Loi sur la mise en œuvre de la Charte numérique, est actuellement à l'étude au sein du comité. La *Loi sur l'intelligence artificielle et les données* vise à mettre à jour les lois canadiennes sur la protection de la vie privée tout en introduisant une législation précisément axée sur l'IA. Des groupes de l'industrie musicale, tels que Music Canada, se sont exprimés sur les défis auxquels l'industrie musicale est confrontée en matière d'IA générative. Patrick Rogers, de Music Canada, a également souligné que l'industrie avait fait des efforts pour accorder des licences sur la musique, mais que les accords n'étaient pas encore en place^[82].
 - Les discussions sur le rôle de l'industrie musicale dans la lutte contre le changement climatique se multiplient, tout comme les liens entre l'industrie musicale et les effets sur l'environnement. De plus en plus d'événements sur le sujet ont lieu et au Canada, Music Declares Emergency Canada organisera un mini-sommet sur le climat de la musique à Halifax en mars 2024, avant la cérémonie des Juno. À Los Angeles, la Music Sustainability Alliance a organisé un sommet en février 2024, axé sur la coopération au sein de l'industrie pour aider à résoudre les problèmes^[83].
 - Si les effets du changement climatique ont été ressentis dans tout le pays en 2023, ils ont également eu une incidence sur le secteur de la musique en direct. Au Canada et dans le monde entier, des événements musicaux et des festivals de toutes tailles ont été touchés par de fortes pluies, une mauvaise qualité de l'air, une chaleur extrême et des tornades. Au moins 30 événements majeurs ont été touchés en 2023 dans le monde entier^[84].
 - Dans le budget fédéral de 2024, les billets de concert et de sport ont été expressément mentionnés sous le titre « Assurer le prix équitable et l'accessibilité des billets de concert et d'événement sportif^[85] ». Selon le budget, le gouvernement fédéral collaborera avec les provinces et les territoires pour les encourager à adopter les meilleures pratiques en matière de vente de billets, avec trois objectifs prioritaires :
 - transparence des ventes de billets (indication du prix tout compris);
 - renforcement des protections des consommateurs canadiens (contre les frais excessifs, les annulations et les remboursements);
 - lutte contre les revendeurs frauduleux et de leurs pratiques.

AIDE DE L'ÉTAT

- À l'échelle fédérale, le soutien à l'industrie de la musique passe par le Fonds de la musique du Canada, dont les volets d'initiatives individuelles et collectives sont assurés par FACTOR (en anglais seulement) pour le marché anglophone, et par la Fondation Musicaction pour le marché francophone. De plus, une annonce a été faite lors de la cérémonie des Juno de 2024, soit que le Fonds de la musique du Canada bénéficiera d'un apport de 32 millions de dollars au cours des deux prochains exercices (2024-2025 et 2025-2026). Il s'agit de la première augmentation du financement depuis le budget de 2019^[86].
- D'autres organismes de financement publics et privés fournissent du soutien à l'industrie de la musique, notamment : Radio Starmaker (Fonds Radiostar), le Conseil des arts du Canada, la Fondation SOCAN ainsi que le Conseil des arts de l'Ontario et le Toronto Arts Council.
- Le Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM) est un fonds de 7 millions de dollars administré par Ontario Créatif et conçu pour fournir un développement économique ciblé à l'industrie musicale dynamique et diversifiée de la province. Il soutient les entreprises à fort potentiel de croissance afin d'optimiser le rendement du capital investi et de créer davantage de possibilités pour les artistes émergents d'enregistrer et de se produire en Ontario. Le FOIIM comporte trois volets : Création musicale, Initiatives pour l'industrie de la musique (y compris le sous-volet Développement des marchés internationaux pour les imprésarios) et Promotion des concerts.

- En 2021-2022, Ontario Créatif a lancé le programme Accélération, dont l'objectif est d'investir dans des entreprises musicales nouvelles et émergentes appartenant à des Noirs et à des Autochtones qui présentent un fort potentiel de retombées économiques et culturelles. Les principaux objectifs sont d'améliorer la capacité des entreprises noires et autochtones émergentes dans le secteur de la musique, de renforcer le soutien aux étapes cruciales de la carrière des entrepreneurs noirs et autochtones et de permettre à la prochaine génération de professionnels noirs et autochtones de l'industrie de la musique, de créer un contenu de grande qualité et de conserver la propriété intellectuelle et le contrôle de leurs propres récits.
- Le budget du gouvernement fédéral de 2023 proposait de fournir 14 millions de dollars sur deux ans au ministère du Patrimoine canadien pour soutenir le programme Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine, qui appuie les artistes, les artisans et les interprètes du patrimoine dans le cadre de festivals, d'événements et de projets^[87].

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.

- Les artistes ontariens étaient bien représentés lors de la cérémonie de remise des prix Juno de 2024, qui s'est déroulée à Halifax, en Nouvelle-Écosse. Plus de 40 % des lauréats des Juno de 2024 étaient basés en Ontario – y compris les lauréats multiples Aysanabee, The Beaches et Tobi. Parmi les autres, citons : Amanda Marshall, Aqyila, Daniel Caesar, Bambii, David Francey, Feist, Hilario Duran and His Latin Jazz Big Band, James Barker Band, Kirk Diamond & Finn, Kyle Brownrigg, New West, OKAN et TALK &.
- La cérémonie des Canadian Country Music Awards de 2023, qui s'est tenue à Hamilton, a été marquée par une forte présence de l'Ontario, tant parmi les nommés que parmi les lauréats. En effet, 48 % des nominations d'artistes ont été attribuées à des Ontariens. Jade Eagleson, soutenu par le FOIIM, a remporté deux prix, dont celui de l'artiste de l'année et celui de l'artiste masculin de l'année. Parmi les autres lauréats ontariens, citons James Barker Band, Dax, The Reklaws et Josh Ross, qui ont remporté le prix de la découverte ou du groupe de l'année.
- Bien que les artistes ontariens n'aient pas remporté de prix Grammy en 2024, ils étaient représentés par 11 nominations. Drake arrive en tête avec six nominations, tandis que les autres nommés sont Alvays, Kx5, Aaron Allen, BADBADNOTGOOD et Hilario Duran.
- K'Naan a reçu le Special Merit Award de la meilleure chanson pour le changement social pour sa chanson « Refugee ». Le prix a été remis lors de la cérémonie des Special Merit Award, le 3 février 2024, la veille de la cérémonie des Grammy^[88].
- Six artistes ontariens figuraient sur la liste des finalistes du Prix de musique Polaris de 2023, notamment Alvays, Aysanabee, Daniel Caesar, Feist, Debby Friday et The Sadies. Le Prix de musique Polaris de 2023 a été remporté par l'artiste ontarienne Debby Friday pour son premier album « Good Luck ».
- L'année 2023 a marqué le 25e anniversaire du Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens, un organisme à but non lucratif qui honore et célèbre les auteurs et compositeurs canadiens. En 2023, trois des quatre chansons intronisées au Panthéon ont été composées par des Ontariens, notamment « Informer », de Snow, « My Definition of a Boombastic Jazz Style », de Dream Warriors, et « Echo Beach », de Martha and the Muffins^[89].
- Le pionnier du hip-hop canadien, qualifié de « parrain du hip-hop canadien », Maestro Fresh Wes, a été intronisé au Panthéon de la musique canadienne en 2024^[90].

État au mois d'avril 2024

NOTES DE FIN

¹ Statistique Canada, *Tableau 36-10-0452-01, Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)*, consulté le 26 juin 2023.

² Statistique Canada, *Tableau 21-10-0055 -01, Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires, aux deux ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données), consulté le 28 mars 2023.

³ Ibid.

⁴ Association canadienne de musique sur scène, *Reflections on Labour Challenges in the Live Music Industry*.

⁵ Éditeurs de musique au Canada, *Future of Work: Talent Acquisition, Retention, and DEI in the Music Publishing Industry in Canada*, 26 juillet 2023.

⁶ Statistique Canada, *Tableau 36-10-0452-01, Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)*, consulté le 26 juin 2023.

7 Statistique Canada, *Tableau 21-10-0055 -01, Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires, aux deux ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données), consulté le 28 mars 2023.

8 PwC, *Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027: Canada*, p. 16.

9 PwC, *Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026: Canada*, p. 26.

10 PwC, *Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027: Canada*, p. 15.

11 Ibid.

12 IFPI, *Global Music Report 2023*, p. 10.

13 Ibid., p. 12.

14 Ibid., p. 10.

15 Ibid., p. 14.

16 Ibid., p. 12.

17 Ibid.

18 SOCAN, « La stratégie axée sur les membres de la SOCAN se traduit par une augmentation de 16 % de ses revenus en 2022 », 26 juin 2023.

19 Ibid.

20 Éditeurs de musique au Canada, *Profile of Members of Music Publishers Canada and of the Association des professionnels de l'édition musicale*, 2023, p. 9.

21 Ibid., p. 10.

22 Ibid.

23 Statistique Canada. *Tableau 12-10-0116 -01, Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire (x 1000000)*, consulté le 10 octobre 2023.

24 IFPI, *Global Music Report 2024*, p. 10.

25 Luminate, *Year-End Music Report 2023*, p. 73.

26 Luminate, *Year-End Music Report, Canada 2022*, p. 6.

27 Ibid.

28 Ibid.

29 Ibid., p. 2.

30 Ibid.

31 Luminate, *Year-End Music Report, Canada 2023*, p. 14.

32 CRTC, *Faits saillants annuels du secteur de la radiodiffusion 2021-2022*, p. 6.

33 Ibid., p.15.

34 Pollstar Staff, « 2023 Year-End Business Analysis: The Great Return Becomes Historic Golden Age », Pollstar, 16 décembre 2023.

35 Ibid.

36 Ibid.

37 Pollstar Staff, « 2023 Year-End Business Analysis: The Great Return Becomes Historic Golden Age », Pollstar, 16 décembre 2023.

38 Ibid.

39 FYI Music News, « Higher Costs Will Impact Acts, Venues and Promoters », Billboard Canada, 4 septembre 2023.

40 Lora Kelly, « Why Live Music Costs So Much », The Atlantic, 29 juin 2023.

⁴¹ Daniel Tencer, « The Concert Ticket Market Is ‘Dramatically Underpriced’... And 3 Other Things We Learned From Michael Rapino On Live Nation’s Q1 Earnings Call », [Music Business Worldwide](#), 9 mai 2023.

⁴² Natalie Harmsen, « Music fans won’t get a break on concert ticket prices in 2024, according to experts », [CBC](#), 29 janvier 2024.

⁴³ Megan Lapierre, « US Visa Fees for Touring Artists to Increase by More Than \$500 in April », [Exclaim](#), 13 février 2024.

⁴⁴ [IFPI](#), *Engaging with Music 2023*, p. 4.

⁴⁵ Ibid., p. 8.

⁴⁶ Jem Aswad, « TikTok Begins Removing Universal Music Publishing Songs, Expanding Royalty Battle », [Variety](#), 27 février 2024.

⁴⁷ [Universal Music Group](#), « Universal Music Group and TikTok Announce New Licensing Agreement », 1er mai 2024.

⁴⁸ [Kilometer Music Group](#), « Kilometre Music Group Partners with Grammy-winning Producer Nineteen85 », 8 novembre 2022.

⁴⁹ Kristen Robinson, « David Foster Sells Writer’s Share of Performance Royalties to Hipgnosis », [Billboard](#), 19 avril 2023.

⁵⁰ Ed Christman, « Sum 41’s Deryck Whibley Sells Publishing Catalog to HarbourView », [Billboard](#), 18 août 2022.

⁵¹ Jem Aswad, « Justin Bieber Sells Music Rights to Hipgnosis Songs for \$200 Million-Plus », [Variety](#), 24 janvier 2023.

⁵² Dylan Smith, « IFPI Touts Fake Stream Takedowns in Canada, Says Manipulation Services ‘Cannot Be Allowed to Continue to Divert Revenue Away from the Artists’ », [Digital Music News](#), 14 mars 2024.

⁵³ Paul Reskinoff, « Legitary Data Shows That 16% of All Music Streams Are ‘Suspicious’ — But Streaming Fraud Is Only Part of the Problem », [Digital Music News](#), 14 mars 2024.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ [IIFPI](#), *Global Music Report 2024*, p. 32.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Anurag Tagat, « Karan Aujla Wins Juno Fan Choice Award », [Rolling Stone India](#), 25 mars 2024.

⁵⁸ [Wavelength](#), *Reimagining Music Venues*.

⁵⁹ Jem Aswad, « Warner Music to Lay Off 10% of Staff in Effort to ‘Double Down on Core Business’ », [Variety](#), 7 février 2025.

⁶⁰ Ashley King, « Major Layoffs Ahead at Universal Music Group as ‘Strategic Organizational Redesign’ Looms », [Digital Music News](#), 28 février 2024.

⁶¹ Marc Schneider, « Spotify Slashes Global Workforce By 17% in Latest Cost-Cutting Effort », [Billboard Canada](#), 4 décembre 2023.

⁶² Aisha Malik, « Tidal is cutting 10% of its staff as parent company Block seeks to reduce headcount », [Tech Crunch](#), 7 décembre 2023.

⁶³ Greg Bensinger, « Amazon cuts jobs in music streaming unit », [Reuters](#), 8 novembre 2023.

⁶⁴ Devin Coldewey, « Bandcamp’s new owner lays off half the company », [Tech Crunch](#), 16 octobre 2023.

⁶⁵ Chloe Veltman, « When you realize your favorite new song was written and performed by ... AI », [NPR](#), 21 avril 2023.

⁶⁶ Mandy Dalugdug, « GLOBAL INDEPENDENT MUSIC PUBLISHERS PROPOSE SET OF ‘ETHICAL’ GUIDELINES FOR AI DEVELOPERS », [Music Business Worldwide](#), 9 octobre 2023.

⁶⁷ Jem Aswad, « Grammy Chief Harvey Mason Clarifies New AI Rule: ‘We’re Not Giving an Award to a Computer’ », [Variety](#), 5 juillet 2023.

⁶⁸ Megan Lapierre, « AI-Generated Drake, the Weeknd Song Not Eligible for JUNO Either », [Exclaim](#), 13 septembre 2023.

⁶⁹ Vanessa Romo, « Grimes invites fans to make songs with an AI-generated version of her voice », [NPR](#), 24 avril 2023.

⁷⁰ Ben Okazawa, « YouTube Will Allow Music Publishers to Regulate AI-Generated Music », [Exclaim](#), 13 novembre 2023.

⁷¹ Katie Bain, *Half of Women in Music Industry Say Gender Discrimination Persists*, New Report Finds, [Billboard](#), 8 mars 2024.

⁷² Ibid.

73 Regan Reid, « Enablers and Barriers to Success in Canada's Music Industry », Music Canada, 24 mai 2023.

74 Music Canada, *Enablers and Barriers to Success in Canada's Music Industry*, p. iv.

75 Ibid.

76 Ibid., p. vi.

77 Ibid., p. 64.

78 Ibid.

79 Ibid., p. 65.

80 Sammy Hudes, « Bell ends some CTV newscasts, sells radio stations in media shakeup amid layoffs », Toronto Star, 8 février 2024.

81 CRTC, Moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada.

82 Anja Karadeglija, « Canadian TV, film, music industries ask MPs for protection against AI », CityNews, 12 février 2024.

83 Kate Bain, « At the Music Industry's First North American Climate Summit, Cooperation — Not Competition — Is the Focus », Billboard, 9 février 2023.

84 Katie Bain, « Here Are All The Concerts Affected By Climate Change In 2023 », Billboard, 20 octobre 2023.

85 Budget du Canada, Budget de 2024.

86 Patrimoine canadien, « Les créateurs et créatrices de musique au Canada recevront 32 millions de dollars par l'entremise du Fonds de la musique du Canada », Canada, 24 mars 2024.

87 Budget du Canada, Budget de 2023.

88 Rosie Long Decter, K'naan Wins Recording Academy Social Change Award For "Refugee", Billboard Canada, 8 janvier 2024.

89 Magazine SOCAN, « LE PANTHÉON DES AUTEURS ET COMPOSITEURS CANADIENS INTRONISE QUATRE SUCCÈS DES ANNÉES 80 ET 90 LORS DE L'ÉVÉNEMENT "LÉGENDE" », 7 novembre 2023.

90 Panthéon de la musique canadienne, « Maestro Fresh Wes ».