



Revue des activités

2018-2019

Table des matières

Mot du président	4
Stratégies d'intervention	6
L'équipe de l'ADISQ en 2018-2019	8
Le Conseil d'administration de l'ADISQ en 2018-2019	9

ADISQ

Les forces vives de l'industrie

L'ADISQ, l'association professionnelle de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, regroupe plus de 200 entreprises :

- › producteurs de disques, de spectacles et de vidéos
- › maisons de disques
- › gérants d'artistes
- › distributeurs de disques
- › maisons d'édition
- › agences de spectacles
- › salles et diffuseurs de spectacles
- › agences de promotion et de relations de presse.

Des consultations... à l'action – et vite !

L'an dernier, alors que les festivités entourant le 40^e anniversaire de notre Gala et de notre association battaient leur plein, 13 personnalités ayant occupé la fonction de président de l'ADISQ signaient une lettre ouverte dans les médias. Au public comme aux décideurs, ces bâtisseurs demandaient si, vraiment, nous souhaitons continuer de nous en remettre à la bonne volonté d'une poignée d'entreprises étrangères pour assurer la pérennité de notre chanson.

La question, bien sûr, était rhétorique. Pour les artistes, la ferveur de créer, et pour le public, l'envie d'entendre une musique bien d'ici demeurent intactes malgré les mutations technologiques. Il en va de même, bien sûr, du dynamisme et du sens de l'innovation des entreprises qui accompagnent les premiers vers le second. De toutes parts, la volonté de préserver cette richesse ne saurait être remise en question.

Mais dans l'environnement d'affaires actuel, ferveur créative, dynamisme entrepreneurial et amour du public ne suffiront pas pour conserver et renouveler notre musique. Dans cette lettre ouverte, les présidents de l'ADISQ le soulignaient avec justesse : nous avons aussi besoin de courage politique.

Du courage, nos décideurs en ont témoigné lors de la négociation de l'accord de libre-échange qui nous lie aux États-Unis et au Mexique. L'exemption culturelle a été vigoureusement défendue, rapidement désignée comme intouchable et maintenue dans la version actuelle de l'accord, que les États-Unis et le Canada doivent encore adopter.

Cette exemption est la condition préalable à toute mesure de soutien public à notre culture. Autrement dit, son maintien doit être le premier d'une série de gestes politiques courageux, sans quoi les efforts importants consentis pour arriver à ce résultat perdraient leur sens !

À cet égard, l'année qui vient de s'écouler laisse place à un peu d'espoir : si beaucoup demeure à accomplir, des signaux encourageants ont néanmoins été lancés.

Au printemps dernier, le budget fédéral et le budget du Québec portaient tous deux de bonnes nouvelles pour le secteur de la musique. Le premier a accordé au secteur dix millions de dollars supplémentaires par année pour au moins deux ans, et le second, trois millions de dollars supplémentaires par année pendant cinq ans. Ces sommes demeurent loin de combler l'ensemble des besoins exprimés et doivent absolument être pérennisées, certes, mais elles ont été accueillies avec joie et soulagement par nos pairs, qui y ont vu, enfin, une reconnaissance des défis colossaux qu'ils doivent relever au quotidien – dans un environnement d'affaires devenu inéquitable et plus déséquilibré que jamais.

C'est d'ailleurs à ce chapitre, celui de l'environnement d'affaires, que les gestes courageux continuent toutefois de se faire attendre. Parce que le poids des géants d'ici et d'ailleurs qui prennent de plus en plus le contrôle de notre écosystème culturel peut être minimisé par des lois et des règles efficaces.

Depuis quelques années, les consultations se succèdent. Rappelons que trois lois clés pour la musique – sur le droit d’auteur, sur la radiodiffusion et sur les télécommunications – sont en cours de révision. L’ADISQ participe chaque fois à ces réflexions avec rigueur. Le secteur culturel dans son ensemble s’est d’ailleurs mobilisé, et défend, par le biais de coalitions représentatives dans lesquelles l’ADISQ est très active, des positions communes fortes. À ce titre, soulignons que la vaste campagne lancée par la Coalition pour la diversité des expressions culturelles cet automne sous le thème « sauvons notre culture » témoigne éloquemment de la cohésion du milieu culturel.

Les décideurs ont actuellement en main tout ce qu’il faut pour amorcer la modernisation qui nous permettrait de retrouver un marché plus sain.

D’ailleurs, après avoir pris connaissance d’un rapport préliminaire ayant découlé de l’une des nombreuses consultations menées récemment, le ministre du Patrimoine canadien, Pablo Rodriguez, a affirmé publiquement que son gouvernement « va exiger des géants du web qu’ils contribuent à notre culture, créent du contenu canadien et en fassent la promotion sur leurs plateformes ». Un engagement qui n’est pas passé inaperçu dans le milieu culturel, mais qui ne s’est toujours pas matérialisé.

Bref, des consultations sérieuses ont été menées et des rapports d’experts convergent vers des conclusions consensuelles. Le marché dans lequel les producteurs et créateurs de contenu œuvrent actuellement est inéquitable parce que les règles et lois en vigueur consentent à certaines entreprises très puissantes des passe-droits injustifiables.

Il faut maintenant agir afin de redonner aux entreprises d’ici le pouvoir d’accompagner nos artistes dans le développement de leur carrière.

Au Québec, les sommes investies dans le cadre du plan culturel numérique ont permis au cours des dernières années la mise sur pied de nombreux chantiers qui visent entre autres à outiller les entrepreneurs culturels. Il faudra veiller à ce que ces chantiers prennent véritablement forme – et soient pérennisés.

Avant de conclure, permettez-moi de remercier mes collègues siégeant au conseil d’administration de l’ADISQ pour leur excellent travail. Cette première année à titre de président de l’ADISQ m’aura aussi permis de travailler de près avec l’équipe chevronnée de l’association, qui pilote sans relâche de nombreux projets porteurs pour notre industrie. Je n’en mentionne ici que deux autres, qui ont particulièrement retenu l’attention cette année.

Au cours des dernières années, nous avons beaucoup parlé de vidéoclip – essentiellement parce que ce dernier avait été malmené par de malheureuses décisions du CRTC. On semblait croire que la mise en images de nos chansons avait perdu son importance. Convaincue du contraire, l’ADISQ s’est montrée très active dans ce dossier, et la dernière année lui a enfin donné raison. Non seulement le CRTC a-t-il rétabli le financement du vidéoclip, mais l’entreprise Stingray a lancé avec l’ADISQ une chaîne spécialisée se consacrant aux vidéoclips d’artistes québécois et canadiens d’expression française. Un an après son lancement, la chaîne rejoint plus de 4 832 000 foyers à travers le Canada et constitue la seconde chaîne la plus écoutée sur les neuf chaînes de clips détenues par Stingray.

Finalement, l’ADISQ est fière d’avoir créé un nouveau Félix cette année : celui célébrant l’artiste autochtone s’étant le plus illustré au cours de l’année. Fruit de démarches effectuées en étroite collaboration avec des organisations œuvrant dans le domaine de la musique autochtone, ce nouveau trophée permettra de mettre en lumière de façon toute particulière le talent d’artistes d’ici trop longtemps restés dans l’ombre.



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'P. Archambault'.

Philippe Archambault
Président de l’ADISQ

PRINCIPALES STRATÉGIES D'INTERVENTION

Assurer le développement des compétences des ressources humaines de l'industrie.

FORMATION →

Répondre aux besoins des entreprises en matière de professionnalisation, de gestion et de formation des ressources humaines.

COMMUNICATIONS ET ACTIVITÉS →

- › Développer des outils de communication efficaces en vue d'informer les membres.
- › Développer et produire des activités rassembleuses axées sur les besoins des membres.

Assurer les moyens de production, commercialisation et distribution de contenus de qualité comparable à ceux des multinationales.

DROITS →

- › Agir avec le milieu canadien de la musique pour un lobby efficace auprès des pouvoirs publics dans le but d'avoir une Loi sur le droit d'auteur permettant le plein contrôle de l'exploitation des contenus.
- › Négocier avec les sociétés de droit d'auteur des conditions d'utilisation des oeuvres justes et équitables.

RELATIONS DE TRAVAIL →

- › Intervenir auprès du gouvernement et des tribunaux compétents en vue d'assurer la pleine reconnaissance du statut de producteur et le maintien d'un régime de relations de travail équilibré.
- › Négocier avec les syndicats des ententes collectives justes et équitables tenant compte des petites entreprises de production.

FINANCEMENT DES ENTREPRISES →

- › Renforcer et consolider l'industrie canadienne indépendante de la musique.
- › Revendiquer des aides publiques qui devraient être suffisantes pour s'appliquer à l'ensemble des acteurs du secteur de la musique.
- › S'assurer que la structure industrielle du secteur de la production musicale présente les caractéristiques suivantes :
 1. un noyau dur d'entreprises de grande taille et de taille intermédiaire;
 2. un noyau dur d'entreprises intermédiaires « en croissance »;
 3. des entreprises de la « relève industrielle » dynamiques.

PRINCIPALES STRATÉGIES D'INTERVENTION

Assurer l'accès du public au contenu québécois.

AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES →

- › S'assurer que la chanson francophone canadienne occupe une place prépondérante dans tous les éléments du système canadien de radiodiffusion.
- › S'assurer que tous les éléments du système canadien de radiodiffusion contribuent financièrement au développement des contenus musicaux.
- › S'assurer qu'il ne se crée pas, dans un secteur réglementé par le CRTC, des précédents qui pourraient être défavorables au milieu de la musique et ultérieurement opposables.

POLITIQUES GÉNÉRALES →

- › Contribuer à haut niveau à la réalisation de l'ensemble des objectifs de l'association par la promotion de politiques générales conséquentes.

VEILLE INDUSTRIELLE ET RECHERCHE →

- › Fournir aux membres de l'ADISQ une information stratégique à jour sur les initiatives, modèles commerciaux et tendances de partout dans le monde pouvant influencer leurs décisions d'affaires.

PROMOTION COLLECTIVE →

- › Assurer le plus grand rayonnement possible au contenu québécois dans toute sa diversité, en vue de maintenir et d'augmenter ses parts de marché.

DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉ →

- › Assurer une présence québécoise collective dans différentes manifestations nationales et internationales, en vue de soutenir collectivement les activités de développement de marchés des membres.

AFFAIRES INTERNATIONALES →

- › S'investir pour participer à la mise en œuvre, à l'échelle internationale, d'un outil garantissant aux États le droit de légiférer et d'intervenir en matière de politiques culturelles.
- › Participer au niveau international aux travaux des regroupements d'associations de producteurs indépendants.

L'équipe

2018-2019

DE GAUCHE À DROITE :

1^{re} rangée : Anne-Marie Lanthier, Julie Péloquin, Nicole Lalonde, Lyette Bouchard, Solange Drouin, Marie-Julie Desrochers, Julie Gariépy, Leïla Karnas-Azzaoui, Émilie Fortin.

2^e rangée : Natalie Chevrier, Annie Provencher, Kathy Leclerc, Philippe Leblanc, Simon Claus, Simon Prud'homme, Hugo Barnabé.

Absent de la photo : David Lefebvre



DIRECTION GÉNÉRALE

Solange Drouin

Vice-présidente aux affaires publiques et directrice générale

Lyette Bouchard

Directrice générale adjointe

ADMINISTRATION

Natalie Chevrier

Chef comptable

Marie-Julie Desrochers

Chef, communications institutionnelles

David Lefebvre

Coordonnateur du PalmarèsPRO et support T.I.

Anne-Marie Lanthier

Coordonnatrice aux affaires associatives

Julie Péloquin

Adjointe administrative

GALAS ET COMMUNICATIONS

Julie Gariépy

Productrice exécutive et directrice des Galas de l'ADISQ
Directrice de la promotion collective

Kathy Leclerc

Directrice des communications et des partenariats

Nicole Lalonde

Coordonnatrice aux inscriptions-événements

Leïla Karnas-Azzaoui

Coordonnatrice des Galas de l'ADISQ et de la promotion collective

Émilie Fortin

Coordonnatrice aux communications

AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES ET RECHERCHE

Annie Provencher

Directrice, affaires réglementaires et recherche

Simon Claus

Analyste, affaires réglementaires et recherche

Philippe Leblanc

Agent de recherche, affaires réglementaires

RELATIONS DE TRAVAIL

Hugo Barnabé

Directeur des relations de travail

Simon Prud'homme

Conseiller aux relations de travail

Le CA

2018-2019

DE GAUCHE À DROITE :

1^{re} rangée : Louis-Armand Bombardier, Raymond Duberger, Nathalie Corbeil, Julie M. Fournier, Jean-François Renaud, Christian Breton, Pierre Gladu

2^e rangée : Justin West, Eli Bissonnette, Steve Jolin, Philippe Archambault, François Bissoondoyal, Claude Larivée, Olivier Sirois.

N'apparaît pas sur cette photo : Gourmet Délice



PRÉSIDENT

Philippe Archambault
Disques Audiogram

PRÉSIDENT SORTANT

Claude Larivée
La Tribu

VICE-PRÉSIDENT
DISQUE

François Bissoondoyal
L'équipe Spectra

VICE-PRÉSIDENT
SPECTACLE

Eli Bissonnette
Dare To Care Records

VICE-PRÉSIDENTE
MAISON DE DISQUE

Julie M. Fournier
Analekta

SECRÉTAIRE

Nathalie Corbeil
Nat Corbeil

TRÉSORIER

Raymond Du Berger
Disques Artic

ADMINISTRATEURS

Louis-Armand Bombardier
L-A be – Let Artists Be

Christian Breton*
Musique Select

*M. Breton a quitté le CA en cours de mandat

Gourmet Délice
Bonsound

Pierre Gladu
Instinct Musique

Steve Jolin
Disques 7ieme Ciel

Jean-François Renaud
Concertium

Olivier Sirois
Opak

Justin West
Secret City Records



6420, rue Saint-Denis, Montréal (Québec) H2S 2R7

☎ 514 842-5147 📠 514 842-7762 ✉ info@adisq.com

adisq.com

Tous droits réservés. © 2018 – Association québécoise de l'industrie
du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) inc.

Textes : ADISQ
Conception graphique : KargoGrafik
Photographies : Louis-Charles Dumais