

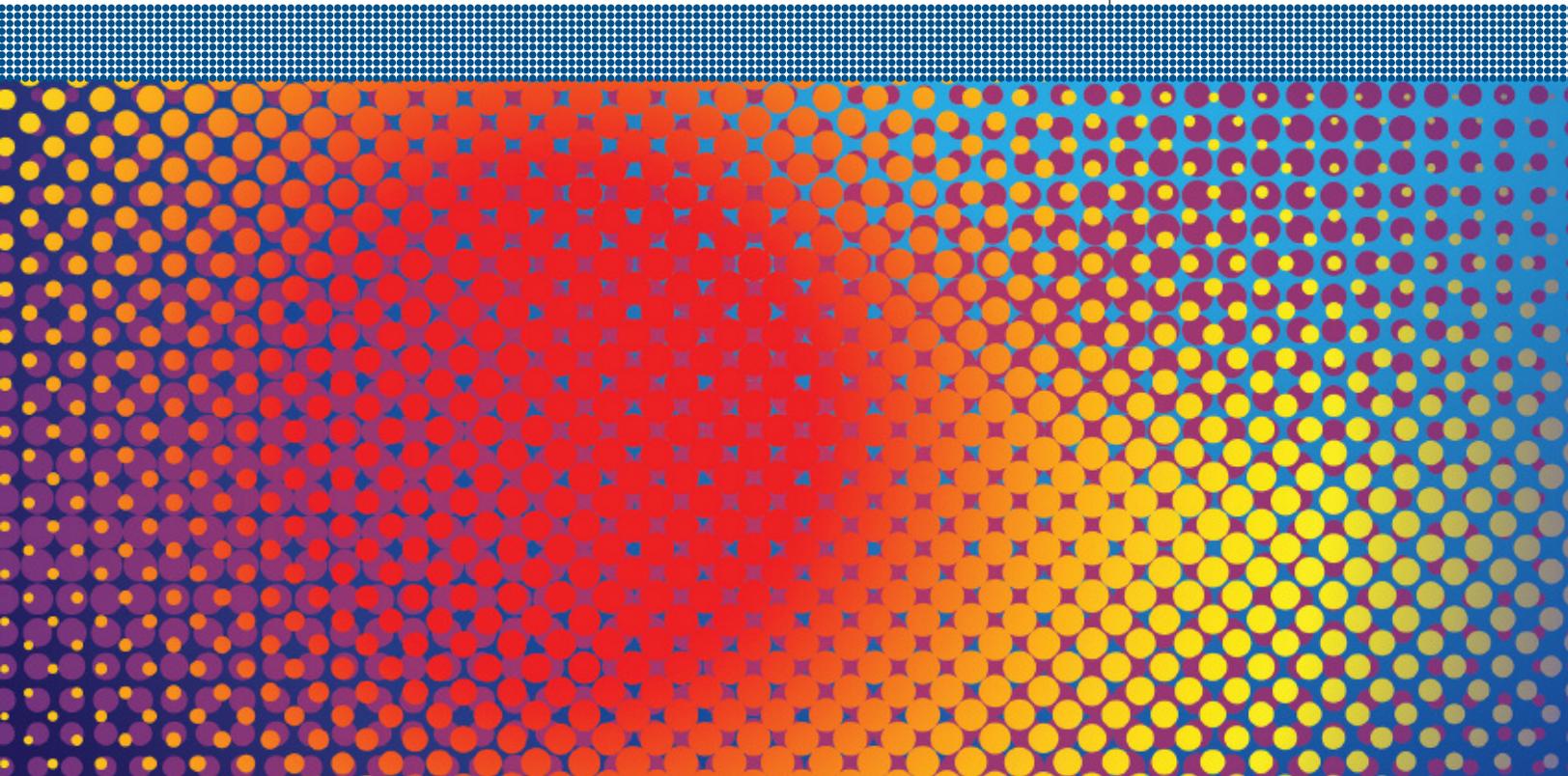
2008

REVUE

DES ACTIVITÉS

2008 > 2009

 **ADISQ**
Association québécoise de l'industrie
du disque, du spectacle et de la vidéo



LES FORCES VIVES DE L'INDUSTRIE

L'ADISQ, l'association professionnelle de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, regroupe quelque 275 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.

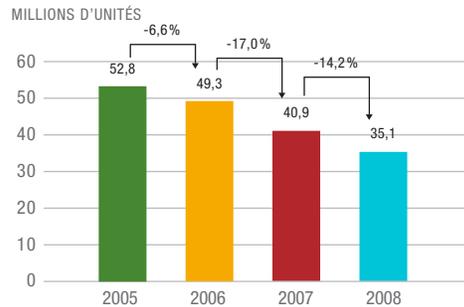
L'association est présidée par un conseil d'administration élu chaque année au suffrage universel des membres, en assemblée générale. Son équipe permanente compte une vingtaine de personnes.

La toile de fond de l'industrie	3
Stratégies d'intervention	8
Affaires internationales	10
Radiodiffusion	11
Financement des entreprises	19
Droits	24
Relations de travail	27
Formation	33
Promotion collective	35
Soutien à l'exportation	42
Communications	43
L'ADISQ en 2008-2009	47

LA TOILE DE FOND DE L'INDUSTRIE

ENREGISTREMENTS SONORES: LE NUMÉRIQUE NE COMPENSE TOUJOURS PAS

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU CANADA



Note: Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Source: IFPI

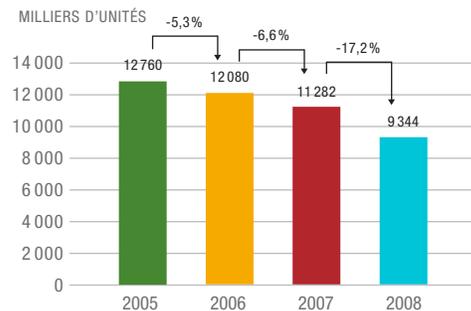
VALEUR DES VENTES AU DÉTAIL

La valeur des ventes au détail d'enregistrements sonores (tous les supports confondus) dans le monde était estimée à 27,8 milliards\$US en 2008, une baisse de 6,9% par rapport à 2007.

Une diminution de la valeur des ventes au détail d'enregistrements sonores a également été enregistrée au Canada pour la même période. Estimée par l'IFPI à 695 millions\$CAN en 2007, la valeur des ventes au détail de ce type d'enregistrement a subi une baisse de 7,5% en un an, atteignant 643 millions\$CAN en 2008.

Source: IFPI

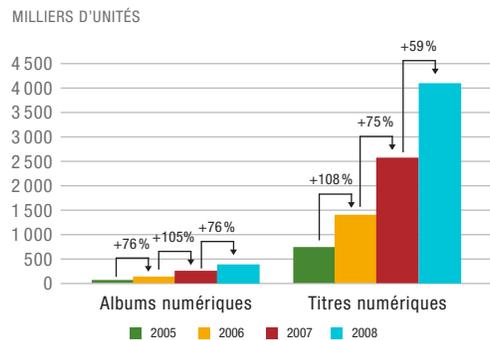
ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU QUÉBEC



Note: Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Source: Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS EN FORMAT NUMÉRIQUE AU QUÉBEC



Note: Inclut les ventes faites par Bell mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Source: Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS DANS LE MONDE SELON DIFFÉRENTS FORMATS

MILLIERS D'UNITÉS

	Album physique*			Album numérique			Piste numérique		
	2007	2008	Variation	2007	2008	Variation	2007	2008	Variation
Québec	11 282	9 344	-17,2%	230	405	76,3%	2 582	4 108	59,1%
Canada	40 900	35 100	-14,2%	1 980	3 360	69,7%	25 800	40 700	57,8%
France	74 600	64 300	-13,8%	1 600	2 400	50,0%	13 400	19 600	46,3%
États-Unis	435 120	362 600	-20,0%	44 744	65 800	32,0%	781 100	1 070 000	27,0%

* Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Source: OCCO pour le Québec; Nielsen Soundscan et IFPI pour le Canada; SNEP pour la France; Nielsen Soundscan pour les États-Unis.

PART DES VENTES D'ALBUMS DES ARTISTES QUÉBÉCOIS DANS LE TOP 500
DES MEILLEURS VENDEURS AU QUÉBEC

	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre total d'unités vendues par le TOP 500 des meilleurs vendeurs au Québec	5 822 275	5 743 806	6 098 448	5 821 173	4 828 495
Nombre total d'unités vendues des albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	2 630 273	2 185 556	2 468 680	2 715 363	2 003 355
Nombre d'albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	169	164	156	170	174
Part des ventes des albums d'artistes québécois sur le total des ventes du TOP 500	45,2%	37,6%	40,5%	46,6%	41,5%

Note méthodologique : pour 2007 et 2008, l'année complète a été analysée. Pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées.
Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

VENTES D'ALBUMS D'ARTISTES QUÉBÉCOIS PAR NIVEAU DE VENTES

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes d'au moins	2004	2005	2006	2007	2008
10 000 copies	62	59	62	60	49
15 000 copies	44	40	38	40	34
25 000 copies	29	20	20	25	16
50 000 copies	10	7	8	10	8
100 000 copies	1	1	3	5	1
200 000 copies	1	0	1	1	0
300 000 copies	0	0	0	0	0

Chaque année, environ 300 albums francophones d'artistes québécois sont mis en marché.

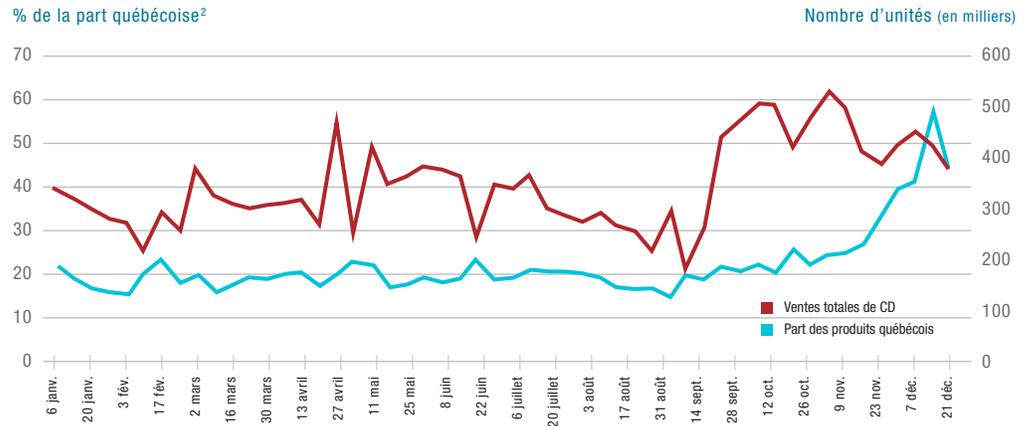
Note méthodologique : pour 2007 et 2008, l'année complète a été analysée. Pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées.
Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

PART DES VENTES DES 5, 10 ET 25 PREMIÈRES POSITIONS SUR
LES VENTES TOTALES DU TOP 100 DES VENTES D'ALBUMS QUÉBÉCOIS

	2004	2005	2006	2007	2008
TOP 5	25,1%	22,2%	29,9%	30,9%	23,9%
TOP 10	36,8%	35,8%	42,0%	46,1%	38,7%
TOP 25	61,3%	58,1%	62,0%	65,3%	61,3%

Note méthodologique : pour 2007 et 2008, l'année complète a été analysée. Pour les années 2004 à 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées.
Source : Nielsen Soundscan, analyses de l'ADISQ

VENTES TOTALES D'ALBUMS¹ ET PART DES PRODUITS QUÉBÉCOIS, QUÉBEC, 2008

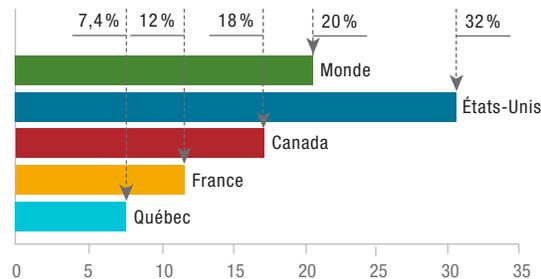


Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

1. La part des ventes d'albums dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) est estimée à partir de l'examen des 200 titres les plus vendus.

2. La part québécoise fait ici référence à la dimension artistique d'un album, laquelle se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui est mis de l'avant.

PART DU MARCHÉ NUMÉRIQUE DANS LE MARCHÉ TOTAL DE LA MUSIQUE, PAR MARCHÉ – 2008



Note: Données québécoises basées sur le nombre de pièces et d'albums téléchargés, le nombre de pièces ayant été converti en nombre d'albums. Estimation basée sur un nombre moyen de 13 pièces par album. Inclut les ventes faites par Bell mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Source: Québec – Nielsen SoundScan, analyse ADISQ; Canada et États-Unis – Nielsen SoundScan; France – Snep; Monde – IFPI.

LE NUMÉRIQUE DANS LE MONDE: GLOBALEMENT ILLÉGAL

L'IFPI estime qu'en 2008, 40 milliards de pièces musicales ont été téléchargées de façon illégale dans le monde ce qui représenterait, selon les estimations de l'IFPI, 95% du total des pièces téléchargées (légal et illégal).

Depuis sa mise en place en avril 2003, le service de téléchargement légal iTunes, du groupe Apple, a vendu plus de 6 milliards de pièces. Cette boutique en ligne dispose d'une offre de plus de 8 millions de titres pour téléchargement.

Source: IFPI

SPECTACLE : UN MARCHÉ FRAGILE

Au moment où ont été produits les tableaux et graphiques relatifs au secteur du spectacle, l'ADISQ ne disposait pas des données complètes pour l'année 2008. Seules les données des dix premiers mois de l'année avaient été diffusées par l'OCCQ. Les données sont donc présentées ici en fonction du cumulatif des dix premiers mois pour chacune des années étudiées.

NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS PAYANTES¹ POUR UN MÊME SPECTACLE EN ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC

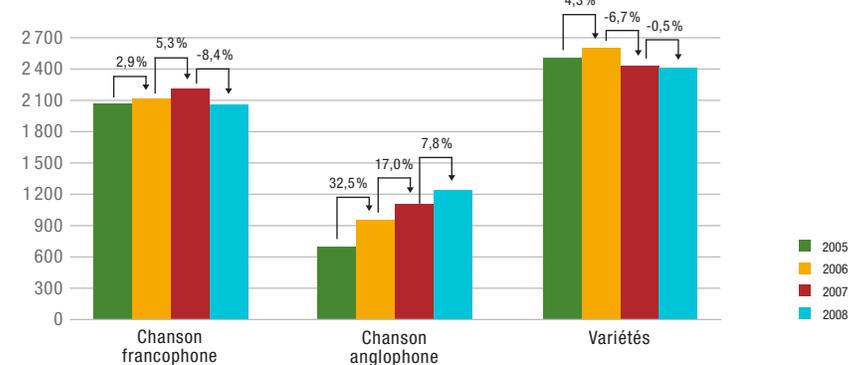
	Théâtre		Danse		Chanson francophone		Chanson anglophone		Variétés ²	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Spectacles différents (10 premiers mois)	514	476	186	184	600	621	785	741	247	264
Nombre de représentations (10 premiers mois)	4 932	4 924	597	615	2 226	2 040	1 149	1 239	2 437	2 424
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle (12 mois)	10,1	nd	3,5	nd	3,7	nd	1,5	nd	10,6	nd
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle (10 premiers mois)	9,6	10,3	3,2	3,3	3,7	3,3	1,5	1,7	9,9	9,2

1. Exclut certains types de représentations payantes: les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations présentées dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires et destinées aux élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement, ni les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un *cover charge*.

2. Inclut les spectacles d'humour, de cirque, de magie, de comédie musicale et de music-hall.

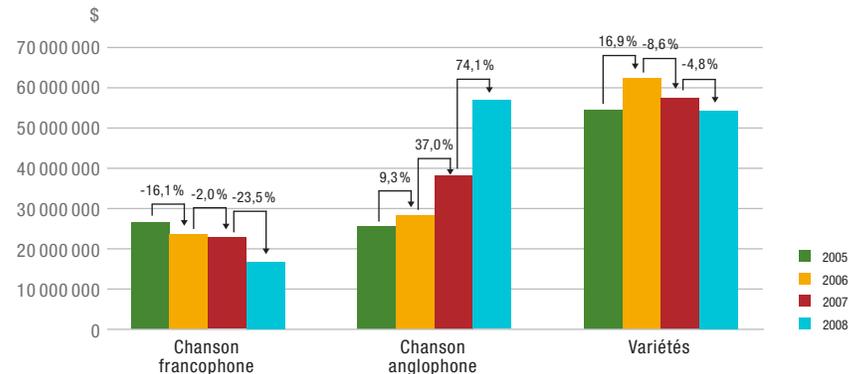
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS (10 PREMIERS MOIS)



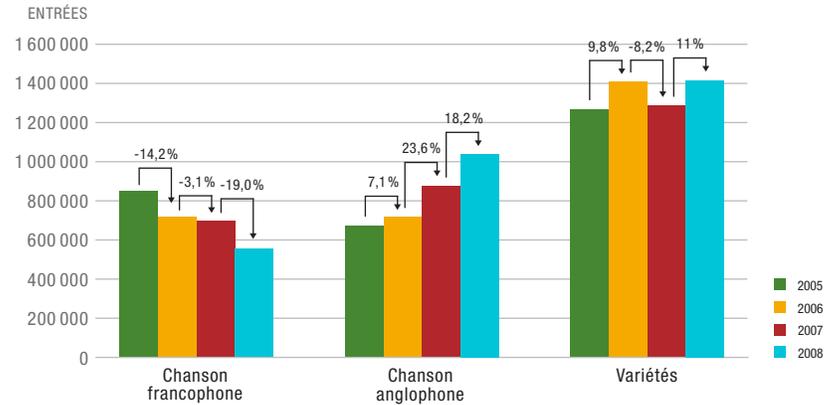
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

REVENUS DE BILLETTERIE (10 PREMIERS MOIS)



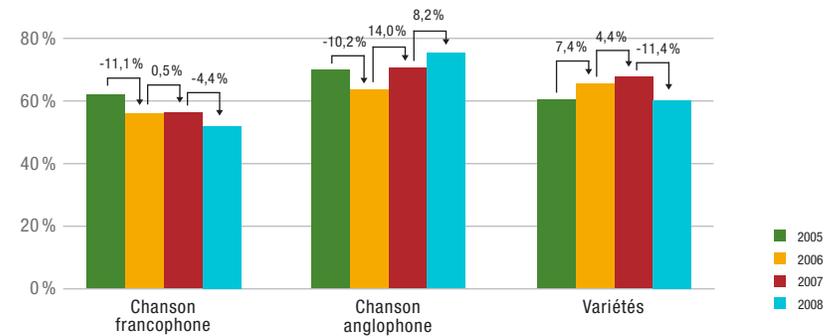
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

ASSISTANCE PAYANTE (10 PREMIERS MOIS)



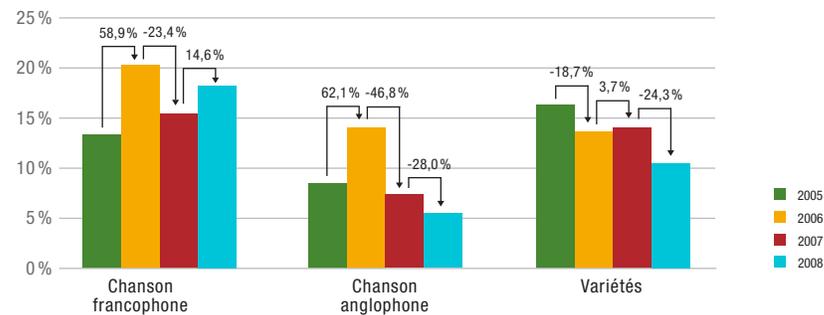
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

TAUX D'OCCUPATION DE L'ASSISTANCE PAYANTE (10 PREMIERS MOIS)



Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

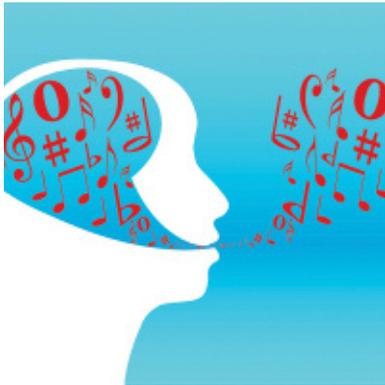
TAUX DE SPECTATEURS AVEC BILLET DE FAVEUR (10 PREMIERS MOIS)



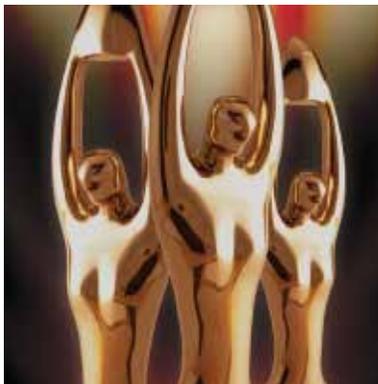
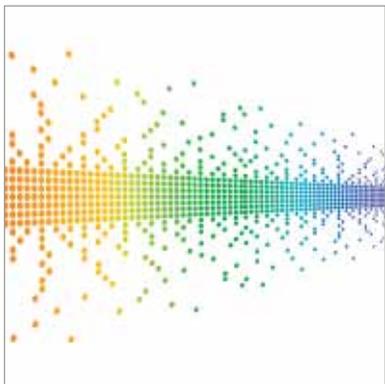
Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

Les données de cette *Toile de fond* proviennent d'une vaste base documentaire gérée par l'ADISQ, qui couvre les principaux enjeux auxquels se trouve confrontée l'industrie de la musique, du spectacle et de la vidéo au Québec.

Parmi les sources consultées par l'ADISQ, on retrouve notamment l'*International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), la *Canadian Recording Industry Association* (CRIA), Nielsen Soundscan et l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). L'OCCQ fournit de façon récurrente, depuis 2003, une quantité importante de données détaillées sur l'industrie du spectacle de chanson et de variétés au Québec ainsi que des données annuelles sur les ventes d'enregistrements sonores au Québec. Depuis janvier 2006, il est maintenant possible d'obtenir des statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores au Québec sur une base hebdomadaire. Ces statistiques portent notamment sur la part des artistes et des entreprises québécoises sur ces ventes ainsi que le nombre d'unités vendues par type de support, y compris les albums et les pistes numériques téléchargées.



**POUR
UNE
ACTION
CIBLÉE**



PRINCIPALES STRATÉGIES D'INTERVENTION

OBJECTIF

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



STRATÉGIES

FORMATION

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

COMMUNICATIONS AUX MEMBRES

- Développer des outils de communication efficaces en vue d'informer les membres.
- Développer une veille industrielle.

OBJECTIF

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



STRATÉGIES

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 œuvres 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» et 3) des entreprises de la «relève industrielle» dynamiques.

OBJECTIF

Assurer l'accès du public au contenu québécois.



STRATÉGIES

RADIODIFFUSION

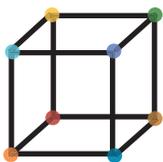
- S'assurer que la chanson francophone canadienne occupe une place prépondérante dans tous les éléments du système canadien de radiodiffusion.
- S'assurer que tous les éléments du système canadien de radiodiffusion contribuent financièrement au développement des contenus musicaux.
- S'assurer qu'il ne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

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.

SOUTIEN COLLECTIF A L'EXPORTATION

Assurer une présence québécoise collective dans les différentes manifestations internationales, en vue de soutenir collectivement les activités d'exportation individuelles des membres.



STRATÉGIE



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.

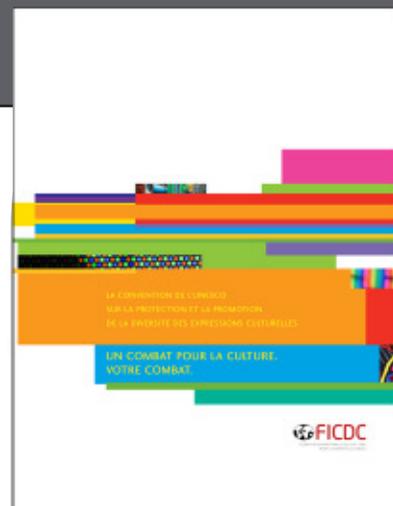
21 MAI

JOURNÉE INTERNATIONALE DE L'UNESCO POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Cette journée officielle s'inscrit dans le prolongement de la convention internationale sur la diversité culturelle adoptée par l'UNESCO en octobre 2005. La convention reconnaît le pouvoir des États d'adopter des politiques pour protéger et promouvoir leurs expressions culturelles. Au sein de l'UNESCO, seulement deux pays se sont opposés à son adoption, soit les États-Unis et Israël.

La convention, aujourd'hui ratifiée par 98 pays, ne marque pas la fin mais le début du combat pour la diversité afin d'assurer aux citoyens l'accès à la musique, aux livres, aux films, aux arts et aux spectacles de leur propre pays. Loin d'être un instrument protectionniste, elle vise également à ouvrir les pays à un meilleur échange entre les cultures, au lieu de voir un très petit nombre de cultures s'imposer au détriment de toutes les autres.

Le Canada et le Québec, avec l'appui de la Coalition canadienne pour la diversité culturelle, ont été les instigateurs de cette bataille qui s'est déroulée sur une dizaine d'années, un temps record pour une telle mobilisation internationale. L'ADISQ a aussi joint ses efforts à cette lutte et copréside aujourd'hui la coalition canadienne.



La Coalition canadienne fait partie des 42 coalitions nationales qui ont fondé en 2007, à Séville, la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle. Cette Fédération regroupe, au total, plus de 600 organisations professionnelles de la culture. Le secrétariat général est assumé, à Montréal, par la coalition canadienne.

MARS 2009

CONSULTATION PUBLIQUE DU CRTC SUR LES NOUVEAUX MÉDIAS : L'ADISQ PRÉSENTE SA POSITION.

Le 17 février dernier, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a amorcé un vaste processus de consultation publique sur une possible réglementation des nouveaux médias. L'ADISQ, qui avait d'abord déposé un mémoire en décembre 2008, a présenté son point de vue le 26 février, puis déposé des arguments complémentaires le 27 mars.

Dans son mémoire, l'ADISQ s'était limitée à présenter un portrait de l'évolution des services de radiodiffusion sur Internet (ou services « néomédiatiques ») offrant une programmation musicale. Le document comprenait aussi un survol des changements importants survenus dans le milieu de la musique au cours des dernières années.

Pour une intervention modérée mais résolue

Lors de sa comparution, en février, l'ADISQ a précisé son analyse et soumis au CRTC la position suivante.

- L'activité de fourniture d'accès Internet est une activité de radiodiffusion et le CRTC, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, a donc juridiction sur le service qui l'assure : le fournisseur d'accès Internet (FAI).
- Le CRTC doit mettre en place un cadre qui favorise une discussion entre les FAI et le milieu de la production des contenus culturels canadiens pour qu'une entente intervienne entre ces deux milieux quant aux obligations réglementaires auxquelles les FAI seront soumis. À défaut d'une telle entente, le CRTC utilisera ses pouvoirs

pour déterminer ces obligations, tant en matière de création qu'en matière d'accès au contenu canadien. Ces discussions devront être conclues au plus tard 60 jours après la décision du CRTC sur les nouveaux médias.

- Le CRTC doit retirer de l'exemption deux catégories de services non interactifs de programmation musicale et les soumettre à une réglementation. Plus particulièrement, les services visés sont les suivants:
 - Tout service canadien non interactif de programmation musicale exploité par une entreprise canadienne détenant déjà une licence du CRTC.
 - Tout service canadien non interactif de programmation musicale qui est offert directement au public ou aux abonnés d'un service mobile ou hébergé sur un ou des site(s) hôte(s) canadiens et qui atteint:
 - soit un niveau minimal de revenus d'Internet déterminé;
 - soit un niveau minimum d'achalandage déterminé.

L'ADISQ précise sa position

Dans ses arguments complémentaires déposés le 27 mars, l'association a notamment rappelé au CRTC, chiffres à l'appui, l'importance d'assurer le meilleur positionnement possible au contenu canadien, afin qu'il puisse se démarquer dans l'offre musicale gigantesque désormais accessible sur le net.

L'ADISQ a également apporté son point de vue sur de nouveaux éléments soulevés dans le cadre des audiences publiques, en février dernier. Par exemple, elle a encouragé le CRTC à poursuivre ses réflexions sur les meilleurs outils techniques à envisager pour mettre en valeur le contenu canadien sur Internet, notamment ceux relatifs à la gestion du trafic des entreprises de radio - diffusion offrant un service d'accès Internet.

LE CRTC DOIT METTRE EN PLACE UN CADRE QUI FAVORISE UNE DISCUSSION ENTRE LES FAI ET LE MILIEU DE LA PRODUCTION DES CONTENUS CULTURELS CANADIENS POUR QU'UNE ENTENTE INTERVIENNE ENTRE CES DEUX MILIEUX QUANT AUX OBLIGATIONS RÉGLEMENTAIRES AUXQUELLES LES FAI SERONT SOUMIS.

Enfin, en réponse à d'autres propositions soumises au CRTC, l'ADISQ a fait valoir l'importance de distinguer les questions de droit d'auteur et les questions de radio - diffusion, qui relèvent d'objectifs différents et qui peuvent engendrer des obligations cumulatives. Par exemple, les radios traditionnelles, qui versent des contributions financières au développement du contenu canadien, s'acquittent également du paiement des droits d'auteur et des droits voisins.

Une longue consultation

L'examen du CRTC porte sur plusieurs questions, notamment l'impact des nouveaux médias sur les médias traditionnels, la nécessité d'instaurer ou non des mesures réglementaires pour favoriser la création et la promotion d'un contenu canadien par les nouveaux médias, et le rôle que devraient jouer les fournisseurs d'accès Internet dans ce nouvel univers.

MARS 2009

GRANDS SUCCÈS: LA POLITIQUE EST MAINTENUE POUR MONTRÉAL ET GATINEAU-OTTAWA

L'ADISQ SALUE CETTE DÉCISION DU CRTC QUI PROTÈGE PAR LE FAIT MÊME LES QUOTAS DE MUSIQUE FRANCOPHONE.

Au terme d'un processus public de révision, le CRTC a rendu publique, le 11 février dernier, sa décision de maintenir les restrictions actuelles sur la diffusion des grands succès par les stations FM commerciales de langue anglaise de Montréal et de Gatineau-Ottawa.

Rappelons que, dans une intervention soumise en 2008, l'ADISQ s'était vivement opposée à toute modification de cette politique. L'ADISQ avait notam-

ment mis le Conseil en garde face aux dangers d'un assouplissement pour l'avenir des autres règles relatives aux contenus musicaux. L'ADISQ accueille donc très favorablement la décision du Conseil, qui a par ailleurs fermé la porte à une remise en question, par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, des quotas de musique pour les stations francophones.

Selon les grandes lignes de la politique relative à la diffusion des grands

succès, les stations FM commerciales de langue anglaise doivent limiter le nombre de grands succès à moins de 50% de l'ensemble des pièces musicales qu'elles diffusent au cours de chaque semaine de radiodiffusion. L'objectif visé est, notamment, de promouvoir la diversité musicale et de protéger les stations de langue française face à la concurrence des stations diffusant en anglais dans les mêmes marchés.

JUIN 2008

ARTISTES ÉMERGENTS:

L'ADISQ ET L'ACR S'ENTENDENT

L'ADISQ ET LES RADIOS QUÉBÉCOISES REGROUPÉES AU SEIN DE L'ACR ONT DÉPOSÉ AU CRTC UNE PROPOSITION COMMUNE DE DÉFINITION.

Depuis plusieurs années, l'ADISQ poursuit une longue bataille devant le CRTC pour faire reconnaître la nécessité d'établir des règles favorisant une représentation plus large et plus diversifiée des artistes et nouveaux artistes dans la programmation radio.

À cette fin, il fallait que le CRTC adopte une définition de ce qu'est un artiste émergent adaptée au milieu québécois de la musique. Une telle définition permettrait de dresser un portrait de la situation et d'établir des objectifs clairs que les radios francophones pourraient atteindre dans un délai raisonnable.

Suite... >

Un grand pas a été franchi pour doter le CRTC de cet outil essentiel: le 26 mai 2008, l'ADISQ et l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) ont déposé devant le Conseil leur proposition commune de définition, qu'ils demandent au CRTC de faire sienne pour le marché francophone. Les propositions communes de l'ADISQ et de l'ACR étant rarissimes, les deux associations demandent au Conseil d'y accorder la plus haute importance et de ne pas ignorer ce consensus.

Les bons mots pour le dire

La définition est la suivante. «Un artiste canadien francophone sera considéré comme un artistes émergent tant et aussi longtemps que l'un ou l'autre des seuils suivants n'aura pas été atteint:

- une période de six mois s'est écoulée après que les ventes de l'un de ses albums aient atteint le statut de disque d'or selon Soundscan;
- une période de 48 mois s'est écoulée depuis la parution de son premier album mis en vente commercialement.»

Une définition pour chaque milieu

Cette définition avait déjà fait l'objet d'une entente entre l'ADISQ et Astral Média Radio en 2006. Le CRTC avait cependant ignoré cette entente, au motif qu'une définition différente avait été proposée par CIRPA, notre association sœur dans le reste du Canada. L'ADISQ a cependant toujours été d'avis que les réalités différentes des deux marchés de la musique et de la radio justifiaient l'utilisation de définitions distinctes: l'une adaptée au Québec et l'autre, au reste du Canada.

LES PROPOSITIONS
COMMUNES DE L'ADISQ
ET DE L'ACR ÉTANT
RARISSIMES, LES DEUX
ASSOCIATIONS ONT
DEMANDÉ AU CONSEIL
D'Y ACCORDER LA PLUS
HAUTE IMPORTANCE
ET DE NE PAS IGNORER
CE CONSENSUS.

Selon des informations obtenues par ailleurs, les producteurs du reste du Canada et l'ACR se seraient entendus sur une définition différente de la nôtre pour le marché anglophone et l'auraient aussi proposée au CRTC. L'ADISQ et l'ACR reconnaissent la pertinence de cette définition et pressent le CRTC de ne pas exiger une définition commune (et forcément inadaptée) aux deux marchés.

Cette première étape enfin franchie, l'ADISQ estime que le CRTC doit utiliser ces définitions pour dresser un portrait de la situation des artistes émergents à la radio. Cet exercice peut être fait très rapidement, les outils nécessaires étant facilement disponibles. L'industrie de la musique offre d'ailleurs toute sa collaboration au CRTC à cet égard.

AVRIL 2009

UNE NOUVELLE STATION DE RADIO DANS LE MARCHÉ DE QUÉBEC? LE CRTC ÉTUDIE LA POSSIBILITÉ.

Trois entreprises viennent de soumettre au CRTC des demandes concurrentes pour l'exploitation d'une nouvelle station de radio dans le marché de Québec.

Soumise par Evanov Communications, la première demande vise deux projets de stations FM commerciales musicales, l'une francophone et l'autre anglophone. Les deux projets proposent une formule musicale contemporaine et de détente.

La seconde demande est pour un projet de station FM commerciale

musicale francophone proposant une formule musicale jazz et blues. Elle a été soumise par Michel Cloutier, au nom d'une société devant être constituée.

Enfin, la troisième demande vise un projet de station FM musicale communautaire. Elle a été soumise par la Radio communautaire de Lévis et propose une formule musicale variée.

Le 29 avril dernier, l'ADISQ a déposé un mémoire au CRTC en réponse à ces demandes. L'association ne prend pas position en faveur d'un projet en particulier, mais elle a analysé chacun

à la lumière de différents critères, notamment le niveau d'engagement en matière de présentation de contenus canadiens et francophones et la contribution financière au développement de ces contenus. L'ADISQ a également évalué si la formule musicale des projets soumis apporterait de la diversité dans ce marché.

Une audience publique s'est tenue en mai dernier pour permettre au CRTC d'approfondir son étude de ces demandes.

JUIN 2008

CONCURRENCE ÉTRANGÈRE: UN RAPPORT FAIT FI DES ENJEUX CULTURELS DE LA RADIODIFFUSION

SES RECOMMANDATIONS OUVRENT
LA PORTE AU CONTRÔLE ÉTRANGER
DANS PLUSIEURS SECTEURS CLÉS
DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE,
DONT LA RADIODIFFUSION.

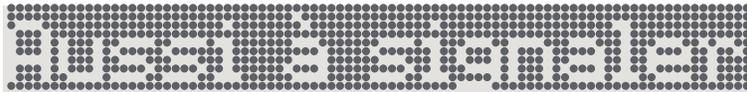
Le Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence a présenté son rapport au gouvernement le 26 juin 2008 – soit moins d'un an après que le ministre fédéral de l'Industrie lui eut confié le mandat de formuler des recommandations sur les moyens d'accroître la concurrence au Canada.

Faisant fi du statut spécifique que l'on reconnaît, ici comme à l'étranger, à l'industrie de la radiodiffusion, le rapport présente celle-ci comme une simple composante des télécommunications et se limite à appliquer mécaniquement à ce secteur le credo de l'investissement étranger à tout prix.

Suite... >

Dans les jours suivant sa présentation, l'ADISQ, l'APFTQ, l'AQTIS, l'ARRQ et la SARTEC ont publié un communiqué exhortant le gouvernement fédéral à rejeter les recommandations touchant le secteur des télécommunications et de la radiodiffusion. Les associations demandent au gouvernement, au contraire, de garantir le maintien de la propriété canadienne de ces entreprises.

En début d'année, les cinq mêmes associations, qui représentent les secteurs de la musique et de l'audiovisuel, avaient présenté un mémoire conjoint aux membres du Groupe d'étude, où elles prônaient un renforcement des mesures visant à garantir le contrôle canadien sur l'ensemble des entreprises des secteurs de la culture, de la radiodiffusion et des télécommunications.



RADIODIFFUSION

Liste complète des interventions de l'ADISQ en 2008-2009

Stations de radios commerciales

Objectif : s'assurer que ces stations respectent leurs obligations en matière de diffusion de contenu francophone et canadien et de contributions financières au développement de ces contenus. Dans le cas des demandes de nouvelles licences, les interventions de l'ADISQ visaient notamment à s'assurer que ces projets de nouvelles stations apportent de la diversité dans le marché visé.

Interventions en 2008-2009

- 18-04-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-1, items 1 à 12 concernant l'attribution de nouvelles licences visant l'exploitation de stations de radio et un renouvellement de licence avec modification dans le marché de Gatineau-Ottawa.
- 21-04-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-1-2, item 41 concernant la demande de renouvellement de licence de la station de radio commerciale CJMS (Saint-Constant).
- 26-05-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16 l'Appel aux observations sur un projet de définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale.
- 13-06-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse aux observations déposées lors de la première étape de l'appel aux observations sur un projet de définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale.
- 02-07-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-47, item 1 – demande présentée par Cogeco Diffusion inc. en vue de renouveler la licence de l'entreprise de programmation de radio commerciale de langue française CJEC-FM Québec.
- 02-07-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-49 – items 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, concernant le renouvellement de licence d'entreprises de programmation radio qui expireront en 2008.

- 11-12-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-105, article 1 – demande présentée par Diffusion Laval inc. en vue de modifier la licence de l'entreprise de programmation de radio commerciale de langue française CFAV-AM Laval.
- 12-02-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-2, items 1 à 10, concernant l'attribution de nouvelles licences visant l'exploitation de stations de radio dans le marché de Gatineau-Ottawa.
- 29-04-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-157, items 5 à 16, concernant le renouvellement de licences de radiodiffusion d'entreprises de programmation de radio commerciale de langue française opérant au Québec.
- 29-04-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-157, items 1 à 4, concernant l'attribution d'une licence en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio commerciale dans le marché de Québec.

Entreprises de programmation sonore payante

Objectif: s'assurer que ces entreprises respectent leurs obligations en matière de diffusion de contenu francophone et canadien et de contributions financières au développement de ces contenus.

Interventions en 2008-2009

- 02-10-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique CRTC 2008-10-1, item 24 – demande présentée par Groupe Stingray Digital inc. en vue d'obtenir une licence pour un service national de programmation sonore payante appelé Stingray.

Services de télévision spécialisés

Objectif: s'assurer que ces entreprises par la présentation de vidéoclips et d'émissions de télévision consacrées à la musique contribuent au rayonnement de l'industrie musicale canadienne et francophone à travers le pays.

Interventions en 2008-2009

- 05-03-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-36, items 16 et 17, concernant les demandes présentées par Ultimate Indie Productions Inc. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation d'émissions de télévision spécialisées de catégorie 2.
- 06-05-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-174, concernant la demande présentée par Le Groupe de radiodiffusion Astral inc. en vue de modifier la licence de radiodiffusion de son service spécialisé MusiquePlus.
- 30-04-08 – Lettre d'appui à l'intervention de la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) concernant l'item 1 de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-25, soit la demande présentée par Country Music Television Ltd. visant à modifier la licence de l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées appelée Country Music Television (CMT).

Stations de télévision traditionnelle

Objectif: s'assurer que ces entreprises favorisent la plus grande présence possible de la chanson et de l'humour à la télévision, et que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin.

Interventions en 2008-2009

- 15-05-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-5, item 1 – demande présentée par TQS inc. afin d'obtenir l'autorisation de changer son contrôle effectif, de Cogeco Radio-Télévision inc. à Remstar Diffusion inc.
- 30-03-09 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-113 concernant les renouvellements de licences de stations privées de télévision traditionnelle.

Entreprises de radiodiffusion offrant un service d'accès Internet

Objectif: s'assurer que ces entreprises rendent disponibles au CRTC les informations nécessaires relativement à leurs pratiques de gestion du trafic afin de statuer si celles-ci sont conformes à la *Loi sur les télécommunications* et si des mesures devraient être mises en place afin de garantir qu'elles le soient. L'ADISQ est d'avis que ces informations peuvent jeter un éclairage utile pour l'ensemble des dossiers traitant des nouveaux médias.

Interventions en 2008-2009

- Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de télécom CRTC 2008-19 concernant l'examen des pratiques de gestion du trafic Internet des fournisseurs de services Internet.

Nouveaux médias

Objectif: favoriser la mise en place d'un cadre réglementaire cohérent et efficace pour les nouvelles plateformes de diffusion.

Interventions en 2008-2009

- 11-07-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-44 Appel aux observations sur la portée d'une prochaine instance dédiée à la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias.
- 05-12-08 – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-11 concernant la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias.
- 27-03-09 – Observations finales de l'ADISQ soumises au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-11 concernant la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias.

FINANCEMENT DES ENTREPRISES

2008

5 MILLIONS\$ POUR LE SECTEUR DE LA MUSIQUE

EN JUIN,
LE GOUVERNEMENT
QUÉBÉCOIS RENOUVELLE
UN SOUTIEN
DE 2 MILLIONS\$
SUPPLÉMENTAIRES
POUR LA MUSIQUE
QUÉBÉCOISE. EN
NOVEMBRE, IL LUI
AJOUTE 3 MILLIONS\$. >>>

Lors de l'étude des crédits additionnels à la culture, la ministre de la Culture et des Communications, Mme Christine St-Pierre, a confirmé en juin 2008 qu'une somme additionnelle non récurrente de 2 millions\$ serait, pour une deuxième année, allouée à la SODEC pour le secteur de la musique québécoise.

Le 31 octobre 2008, la ministre annonçait une bonification de 150% de cette aide supplémentaire. L'aide totale, d'un montant de 5 millions\$, est répartie équitablement entre les quatre volets suivants :

- programme d'aide à la tournée nationale ;
- programme d'aide à la tournée de spectacles hors Québec ;
- aide à la promotion et à la mise en marché du spectacle ; et
- programme pilote de soutien additionnel aux activités en nouveaux médias.

Même si les montants sont bien en deçà de la demande initiale de 9 millions\$ supplémentaires par année, formulée par l'ADISQ lors d'une conférence de presse en mars 2007, c'est là un coup de pouce fort bienvenu pour le secteur de la musique. L'ADISQ a souligné la sensibilité de la ministre aux besoins de l'industrie de la musique et a exprimé sa satisfaction.

L'ADISQ soutient cependant qu'une aide financière supplémentaire significative est absolument essentielle pour que les entreprises québécoises puissent poursuivre leur transition vers un modèle d'affaires

numérique et se positionner adéquatement dans le nouvel environnement concurrentiel qui est le leur. Elle a également recommandé à la SODEC de poursuivre ses efforts pour améliorer la circulation, la promotion et la mise en marché des spectacles de chanson au Québec et à l'étranger. En effet, avec la baisse tendancielle des ventes de disques qu'induit la distribution numérique, le spectacle jouera un rôle de plus en plus important dans le développement des carrières des artistes de la chanson.

Voir aussi, dans cette section :

- Spectacles hors Québec: l'aide de SODEXPORT est rehaussée
- Spectacles à Montréal: la SODEC met en place une aide à la promotion

L'ADISQ A EXPRIMÉ SA SATISFACTION À LA SUITE DE L'ENGAGEMENT PRIS PAR LA MINISTRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS, MME CHRISTINE ST-PIERRE, DE FAIRE TOUS LES EFFORTS NÉCESSAIRES POUR RENDRE RÉCURRENT LE SOUTIEN SUPPLÉMENTAIRE DE CINQ MILLIONS\$.

AIDE SUPPLÉMENTAIRE AU FINANCEMENT DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MUSIQUE PAR LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

Allocation des sommes supplémentaires non récurrentes	2007-2008	2008-2009
Spectacle		
Aide à la tournée nationale	500 000\$	850 000\$
Aide à la tournée internationale	500 000\$	1 050 000\$
Programme d'aide à la promotion et à la mise en marché du spectacle	500 000\$ *	750 000\$ **
Aide spectacle CEGEP	-	50 000\$
Sous-total	1 500 000\$	2 700 000\$
Numérique		
Programme pilote «soutien additionnel aux activités en nouveaux médias»	500 000\$	2 200 000\$
Sous-total	500 000\$	2 200 000\$
TOTAL	2 000 000\$	4 900 000\$

* Ajouté au PADISQ / promotion spectacle

** Dont 250 000\$ pour un projet pilote /promotion spectacles «Montréal»

JUILLET - AOÛT 2008

PAS DE TAXE SUR LES BILLETS DE SPECTACLES À MONTRÉAL

L'ADISQ A PLAIDÉ AVEC SUCCÈS POUR LE RETRAIT DE CETTE MESURE DU PROJET DE LOI 22.

Le 12 juin 2008, la ministre des Affaires municipales et des Régions, Mme Nathalie Normandeau, a annoncé le retrait, du projet de loi 22, d'une mesure qui aurait été très néfaste pour l'industrie du spectacle: l'attribution, à la Ville de Montréal, du pouvoir d'imposer une taxe spéciale sur les «droits d'entrée à un lieu de divertissement» et sur les repas pris au restaurant.

Cette décision n'est pas étrangère aux représentations faites par l'ADISQ lors de la commission parlementaire

de novembre 2007. L'ADISQ avait alors plaidé que ce nouveau pouvoir de taxation aurait un effet défavorable sur la fréquentation des spectacles à Montréal et dans l'ensemble du Québec.

Les représentants de l'ADISQ avaient démontré que Montréal joue un double rôle dans l'économie du spectacle, au Québec. D'une part, elle génère la majorité des revenus de billetterie et permet ainsi la production de spectacles qui circuleront ensuite dans l'ensemble du Québec. D'autre

part, elle est une rampe de lancement pour les artistes de la relève: ceux-ci peuvent bâtir à Montréal une notoriété qui leur permet ensuite de faire carrière.

L'ADISQ avait démontré qu'une taxe menacerait assurément cette dynamique. Aussitôt l'annonce faite du retrait de cette mesure, elle a exprimé publiquement sa grande satisfaction.

NOVEMBRE 2008

SPECTACLES HORS QUÉBEC: L'AIDE DE SODEXPORT EST REHAUSSÉE

LE SOUTIEN FINANCIER POURRA ATTEINDRE 100 000\$ PAR ENTREPRISE POUR L'EXERCICE 2008-2009.

La SODEC a apporté une importante modification au volet «soutien à la tournée de spectacles de variétés hors Québec» de son programme d'exportation, aussi connu sous le nom de SODEXPORT. En 2008-2009, le programme permettra aux entreprises de recevoir une aide maximale de 100 000\$, comparativement à 35 000\$ pour l'année précédente.

Cette augmentation découle des représentations effectuées par l'ADISQ, au cours des deux dernières années, auprès du gouvernement du Québec. En 2007-2008, 40 entreprises ont reçu de l'aide financière en vertu du programme, ce qui a permis à 61 artistes de faire des tournées à l'étranger.

NOVEMBRE 2008

NUMÉRIQUE: NOUVEAU PROGRAMME DISPONIBLE

MUSICACTION MET EN PLACE UN PROGRAMME D'AIDE FINANCIÈRE À DEUX VOLETS.

Musicaction a annoncé en novembre la création d'un programme pilote destiné à soutenir la production et la promotion de titres numériques.

Le programme comporte deux volets:

- le premier s'adresse aux producteurs et maisons de disques par approbation directe ou par jury;

- le second vise à soutenir financièrement les projets soumis par des artistes émergents non encore intégrés à la structure industrielle.

La production d'un maximum de quatre titres numériques est admise, dans la perspective d'une promotion et d'une commercialisation immédiates.

Ce programme a fait l'objet des travaux du comité de révision des programmes de Musicaction, en collaboration avec le comité de financement fédéral de l'ADISQ.

MARS 2009

SPECTACLES À MONTRÉAL: LA SODEC MET EN PLACE UNE AIDE À LA PROMOTION

LANCEMENT D'UN PROGRAMME PILOTE DOTÉ D'UNE ENVELOPPE DE 250 000\$.

La ministre de la Culture et des Communications, Mme Christine St-Pierre, a approuvé la mise en place d'un programme pilote visant à soutenir la promotion et la mise en marché des spectacles de variétés et de musique sur le territoire de Montréal.

Sous la responsabilité de la SODEC, ce programme s'inscrit dans l'aide supplémentaire ponctuelle de 5 millions\$ allouée par la ministre à la SODEC, pour le milieu québécois de la musique, pour l'année financière 2008-2009. Le programme répond aux besoins exprimés par l'ADISQ qui, depuis plusieurs mois, insiste sur

l'urgence de soutenir la promotion et la mise en marché des spectacles de musique sur le territoire de Montréal. On sait, tout particulièrement, que les spectacles d'artistes francophones font face à une concurrence accrue des spectacles d'artistes étrangers anglophones sur ce territoire.

Les paramètres de ce nouveau programme (volet 6 du programme d'aide aux entreprises du disque et du spectacle de variétés) ont été précisés à la suite de l'annonce. Le projet est maintenant déployé et les sommes, engagées. Un bilan des retombées de ce programme sera fait ultérieurement.

LES SPECTACLES
D'ARTISTES FRANCO-
PHONES FONT FACE À UNE
CONCURRENCE ACCRUE
DES SPECTACLES
D'ARTISTES ÉTRANGERS
ANGLOPHONES DANS LE
MARCHÉ MONTRÉALAIS.

AVRIL 2009

BUDGET DU QUÉBEC 2009: BONIFICATION DES PROGRAMMES DE CRÉDITS D'IMPÔT

UN SOUTIEN SUPPLÉMENTAIRE DE 1,5 MILLION\$ POUR 2009-2010.

Le ministère des Finances du Québec a annoncé en avril dernier une bonification des programmes de crédits d'impôt pour la production de spectacles et d'enregistrements sonores. Cette annonce, que l'ADISQ a accueillie avec satisfaction, a été faite lors du dépôt du budget du Québec pour l'exercice 2009-2010.

Les mesures fiscales s'appliquant au secteur de la musique québécoise, en effet, étaient déjà très performantes.

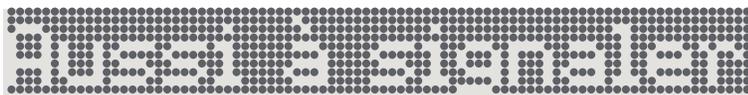
En 2007-2008, les crédits d'impôt versés pour la production d'enregistrements sonores se sont élevés à 1 million\$, tandis que ceux alloués à la production de spectacles ont atteint près de 7 millions\$.

Les principales améliorations apportées aux programmes sont les suivantes :

- le taux des crédits d'impôt destinés aux entreprises œuvrant dans le

secteur de la musique passe de 29,1667% à 35%;

- le plafond des dépenses de main-d'œuvre admissibles par rapport aux frais de production passe de 45% à 50%; et
- le montant maximal pouvant être demandé au titre de crédit d'impôt pour la production d'enregistrements sonores est aboli.



FINANCEMENT DES ENTREPRISES

- › Au Québec, l'ADISQ poursuit ses démarches pour obtenir la récurrence de l'aide supplémentaire de 5 millions accordée par le gouvernement.
- › À l'échelon fédéral, l'ADISQ continue de déployer des efforts pour obtenir le renouvellement et la bonification, en avril 2010, du Fonds de la musique du Canada. Le fonds prévoit une somme de 30 millions\$ allouée au secteur canadien de la musique, notamment dans deux programmes gérés par Musicaction et un géré par le ministère du Patrimoine canadien.
- › Par sa présence au sein du conseil d'administration de Musicaction et du Fonds Radiostar, l'ADISQ participe aux révisions continues des programmes pour les adapter aux mutations que vit le monde de la musique.
- › Sur la scène municipale, l'ADISQ poursuit sa participation au projet à vocation culturelle du Quartier des spectacles de Montréal. Le projet a pris forme en 2003 à l'initiative de l'ADISQ, présidée alors par Jacques Primeau. Sa mise en œuvre a été confiée au Partenariat du Quartier des spectacles.

DROITS

2008

LOI SUR LE DROIT D'AUTEUR: DE NOUVEAU SUR LA GLACE

LES ÉLECTIONS
FÉDÉRALES DE 2008
ONT FAIT UNE VICTIME :
LA LOI SUR LA REFONTE
DU DROIT D'AUTEUR.
RETOUR SUR UN AUTRE
ÉPISODE INACHEVÉ. >>>

Le 12 juin 2008, les ministres du Patrimoine canadien et d'Industrie Canada déposaient au Parlement le projet de loi C-61 modifiant la Loi sur le droit d'auteur. L'analyse faite par l'ADISQ peu après le dépôt du projet résume certains problèmes soulevés par la réforme – problèmes auxquels il faudra porter attention si celle-ci revient à l'avant-plan.

Au-delà des bonnes intentions

L'ADISQ reconnaît l'effort du gouvernement pour adapter la loi aux progrès technologiques et l'aligner sur les normes internationales. L'association s'interroge par contre sur le réel équilibre que le projet se proposait de mettre en place entre les intérêts des créateurs de contenu et ceux des Canadiens utilisant les technologies numériques. Selon elle, les moyens préconisés contribueraient à accentuer le déséquilibre existant, au détriment des ayants droit. Par exemple, le gouvernement reconnaît qu'il est illégal de s'adonner à l'échange de fichiers P2P. Mais en même temps, il se propose de fixer des dommages préétablis de 500\$ pour les internautes qui le pratiquent. Il s'agit là d'un message très négatif quant à la valeur de la musique, puisqu'il est techniquement possible de s'appropriier illégalement des milliers d'œuvres... tout en ne risquant, dans l'esprit du projet de loi, que 500\$ de pénalité.

Des acquis menacés

Les dispositions sur la reproduction de musique pour usage privé, également, mettent en péril le régime de copie privée. Les exceptions prévues pour les institutions

L'ADISQ EST CONVAINCUE
QUE LES MOYENS
PRÉCONISÉS DANS
LE PROJET DE LOI
CONTRIBUERAIENT
À ACCENTUER LE
DÉSÉQUILIBRE EXISTANT.

d'enseignement sont aussi très inquiétantes: elles ouvrent une grande porte à l'échange non autorisé de fichiers protégés. Autre élément: le fait de briser une serrure numérique appliquée sur un enregistrement sonore constituerait une violation de droit d'auteur. Or, l'industrie musicale a d'ores et déjà largement délaissé ces mesures de protection. Cette disposition risquerait donc de demeurer théorique.

Enfin, en ce qui concerne les fournisseurs de services Internet, l'ADISQ considère qu'ils ont un rôle important à jouer dans la prévention des violations du droit d'auteur.

L'ADISQ promet d'accorder une attention toute particulière à cette réforme si elle est de nouveau mise au programme de la législation. Elle tient à s'assurer que la loi permette de préserver la valeur des œuvres et des enregistrements dans l'univers numérique.

SEPTEMBRE 2008

QUEBECTORRENT DEVIENT TORRENT411

QUEBECTORRENT RENAÎT, MALGRÉ UNE INJONCTION OBTENUE PAR L'ADISQ ET L'APFTQ.

Quelques jours seulement après que l'ADISQ et l'APFTQ aient eu gain de cause contre QuebecTorrent, le site Torrent411, une réplique presque parfaite de ce service, voyait le jour.

L'ADISQ et l'APFTQ avaient obtenu de la Cour supérieure, le 9 juillet 2008, une ordonnance d'injonction permanente forçant la fermeture de la section du site QuebecTorrent qui permet

l'échange illégal d'une vaste collection de chansons, d'émissions de télévision et de films québécois et canadiens. Dans son jugement, la Cour supérieure reconnaissait la nécessité de protéger

Suite... >

les ayants droit contre toute exploitation non autorisée des œuvres et des enregistrements par des sites permettant l'échange illégal P2P. *La Loi sur le droit d'auteur*, en effet, prévoit que toute reproduction ou transmission par Internet d'une œuvre protégée doit être autorisée par le détenteur du droit d'auteur : celui qui autorise quelqu'un à reproduire ou transmettre illégalement une œuvre contrevient à la Loi.

La section du site QuebecTorrent permettant l'échange de fichiers protégés avait été fermée très rapidement après le jugement. C'était pour renaître presque aussitôt sous la forme de Torrent411. Dès la naissance de Torrent411, l'ADISQ et l'APFTQ ont étudié attentivement les mesures pouvant être entreprises. À contrecœur, elles se sont résignées à mettre un terme aux poursuites compte tenu, entre autres, des sommes astrono-

miques à investir. Elles ont plutôt décidé qu'en temps utile, elles feraient entendre haut et fort leur mécontentement auprès du gouvernement face à une loi sur le droit d'auteur qui ne protège pas adéquatement les titulaires de droits.

MAI 2009

REDEVANCES MÉCANIQUES EN CD: STATU QUO

LE 28 MAI 2009, LA COMMISSION DU DROIT D'AUTEUR A RENDU UNE DÉCISION PROVISOIRE DANS LE DOSSIER DES REDEVANCES MÉCANIQUES EN CD.

Cette décision vise à éviter de mettre en péril le financement des productions des membres de l'ADISQ. L'ADISQ avait en effet demandé à la Commission de rendre sa décision de manière urgente, ce qu'elle a fait en maintenant le statu quo rétroactivement au 1^{er} janvier 2009. Conséquemment, jusqu'à ce que la Commission rende sa décision finale, l'entente-cadre ADISQ-SODRAC demeure en vigueur à un taux de 0,091\$.

Rappelons que l'ADISQ et la SODRAC sont présentement en arbitrage devant la Commission du droit d'auteur pour que cette dernière détermine la licence-cadre à intervenir entre les deux parties pour la reproduction d'œuvres du répertoire de la SODRAC sur CD et sur DVD. L'ADISQ et la SODRAC visaient initialement à négocier le renouvellement de l'entente-cadre sur les redevances à verser lors de la production et de la commercialisation d'un disque, entente qui arrivait à échéance le 31 décembre dernier. Les deux parties

étant en négociation depuis plus de deux ans pour une entente portant sur les redevances mécaniques à être versées lors de la production et de la commercialisation d'un DVD, elles avaient convenu de régler le tout dans une même entente, avant le 31 décembre 2008. Ses efforts étant demeurés vains, l'ADISQ n'a eu d'autre choix que de demander l'intervention de la Commission, le 6 mars dernier.

Pour ce qui est du DVD, l'entente intérimaire de 2007 s'applique toujours et ce, jusqu'à une décision provisoire de la Commission. La SODRAC a par ailleurs déposé une demande d'arbitrage pour la reproduction des œuvres de son répertoire sur support DVD. Les deux dossiers pourraient donc être jumelés en un seul processus d'arbitrage.

MAI 2009

**UNE PREMIÈRE
ENTENTE
COLLECTIVE POUR
LES CONCEPTEURS
À LA SCÈNE**

L'ADISQ ET L'APASQ
CONCLUENT UNE
ENTENTE COLLECTIVE
ADAPTÉE À LA
RÉALITÉ DE TOUS LES
SPECTACLES MUSICAUX
OU DE VARIÉTÉS. >

L'ADISQ et l'Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ) ont conclu au printemps dernier une première entente collective établissant les conditions minimales de travail des concepteurs (décors, costumes, éclairages et bandes sonores) retenus par les membres de l'ADISQ lors de la production de spectacles de musique et de variétés.

L'ADISQ et l'APASQ se sont dites fières d'avoir relevé un défi considérable: celui de conclure cette première entente sans avoir eu recours à la médiation ou à l'arbitrage. Leur fierté est d'autant plus grande que le milieu constate aujourd'hui que leur entente est adaptée aussi bien à la conception des spectacles d'Ariane Moffatt, de Martin Matte ou de Night Fever qu'à celle de spectacles d'artistes en développement ou à budgets plus modestes.

Au moment d'annoncer leur accord, les parties ont tenu à remercier chaleureusement les producteurs, les concepteurs et leurs négociateurs qui, par leur générosité, leur créativité et leur professionnalisme, ont contribué au succès de ce dossier dans un climat de respect et de collaboration.

Cette entente était en négociation depuis 2004 en vertu de la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma*. Contrairement aux négociations en milieu de travail traditionnel, où la réalité est souvent celle d'un seul employeur et de ses salariés, les négociations découlant de cette législation sont habituellement longues et complexes: elles visent une multitude de producteurs et d'artistes travailleurs autonomes, que ces derniers soient membres ou non de l'association d'artistes qui les représente.

L'ADISQ salue le souci de l'APASQ de favoriser des processus respectueux de toutes les disciplines, et elle souligne son ouverture à travailler en continuité avec le milieu du disque et du spectacle.

Née en 1984, l'APASQ est une organisation affiliée à la Fédération nationale des communications CSN et elle regroupe aujourd'hui quelque 250 membres, principalement des concepteurs. Elle promeut leurs intérêts économiques, sociaux et moraux ainsi que la création scénographique québécoise. Reconnue par la CRAAAP depuis 1993 pour négocier les ententes collectives des concepteurs avec les producteurs de toutes les disciplines de la scène (théâtre, théâtre lyrique, musique, danse et variétés), elle a d'abord négocié principalement des ententes collectives au théâtre.

L'entente collective ADISQ-APASQ entrera en vigueur 45 jours après sa signature, qui est prévue cet été, et le demeurera pour une durée minimale de trois ans. Elle s'appliquera éventuellement aussi aux concepteurs d'accessoires, de coiffures, de maquillages et de marionnettes.

L'ADISQ SALUE LE SOUCI
DE L'APASQ DE FAVORISER
DES PROCESSUS
RESPECTUEUX DE TOUTES
LES DISCIPLINES, ET ELLE
SOULIGNE SON OUVERTURE
À TRAVAILLER EN
CONTINUITÉ AVEC
LE MILIEU DU DISQUE
ET DU SPECTACLE.

MAI 2009

QUÉBEC VEUT MODIFIER LA LOI SUR LE STATUT DE L'ARTISTE

L'ADISQ DEMANDE DE POUVOIR
ÉCLAIRER LE GOUVERNEMENT SUR
LE CAPHARNAÛM QUE LES MODIFICATIONS
ENVISAGÉES CRÉERAIENT SI ELLES
ÉTAIENT ADOPTÉES.

Le 1^{er} avril dernier, le gouvernement québécois a déposé son Projet de loi 32 modifiant la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma et d'autres dispositions législatives.

Ce projet remplace le Projet de Loi 90, déposé en mai 2008, qui avait soulevé l'ire de plusieurs intervenants culturels, notamment de l'ACT, l'ADISQ, l'APC, l'APFTQ, l'APTP, FÉQ, RIDEAU, TAI et TUEJ.

La nouvelle mouture ne suscite guère

plus l'unanimité. Au moment où ces lignes sont écrites, l'ADISQ et plusieurs autres associations ayant une expertise dans l'application de la Loi sont à compléter leur analyse des effets de ce projet sur le milieu culturel. Toutes ont demandé à être entendues en Commission parlementaire afin d'éclairer le gouvernement sur la situation d'extrême confusion que les modifications envisagées sont à même de créer dans le milieu.

L'ADISQ constate quant à elle que de nombreux problèmes subsistent encore dans le projet et que de

nouveaux viennent d'y apparaître. Ces problèmes concernent notamment les catégories de productions audiovisuelles visées par l'élargissement de la Loi à d'autres personnes que des «artistes», de nouvelles reconnaissances envisagées au profit de l'AQTIS, l'inclusion de salariés à la Loi, une seconde définition de «producteur» et la manière dont seraient transférés les fonctions et pouvoirs de la CRAAAP à la CRT.

Toutes les parties intéressées seront entendues en commission parlementaire, prévue au début du mois de juin.

FÉVRIER 2009

PUBLICATION DU GUIDE DE PRÉVENTION EN SANTÉ ET SÉCURITÉ

RÉDIGÉ EN COLLABORATION AVEC
L'ADISQ, CE NOUVEL OUTIL PROPOSE
UNE DÉMARCHÉ DE PRÉVENTION
DES ACCIDENTS DU TRAVAIL.

Comment prendre en charge la prévention des accidents du travail dans le milieu des arts de la scène? C'est à cette question que répond le *Guide de prévention en santé et sécurité à la scène*, lancé à l'occasion des activités de la Bourse RIDEAU en février dernier.

Le guide se propose, en effet, d'adapter à la production scénique et à sa diffusion une démarche de prévention visant à éliminer les dangers et ainsi, à réduire les inconvénients et les coûts liés aux accidents.

Suite... >

Rédigé en collaboration avec l'ADISQ, qui participe aux travaux de la *Table de concertation en santé et sécurité des arts de la scène*, le guide s'adresse particulièrement aux producteurs, aux artistes qui se produisent eux-mêmes, aux diffuseurs, aux propriétaires de salles, aux gestionnaires de lieux et aux fournisseurs de services et d'équipements. Il est également conçu pour outiller tous les travailleurs du milieu.

Mise sur pied à la suite du plan d'action du ministère de la Culture et des Communications pour l'amélioration des conditions socioéconomiques des artistes, la *Table* réunit notamment des représentants patronaux et syndicaux, dont l'APTP, l'ADISQ, la Guilde des musiciens, RIDEAU, TAI, TUEJ et l'UDA. La *Table* a pour mandat de soutenir les employeurs et les travailleurs dans la prise en charge de la prévention des accidents du travail.

DÉCEMBRE 2008

L'UDA CONTRE LES FESTIVALS : LA CRAAAP COMPÉTENTE POUR TRANCHER

PRODUCTEURS ET DIFFUSEURS DU QUÉBEC ENTENDENT BIEN DÉFENDRE CETTE CAUSE UNE FOIS POUR TOUTES.

À la suite d'une requête de l'UDA déposée au printemps 2008, la CRAAAP s'est déclarée compétente pour trancher de surprenants griefs de l'UDA visant à faire déclarer « producteurs » trois festivals, soit Coup de coeur francophone, les Francofolies et le Festival International de Jazz de Montréal, de même que plusieurs autres diffuseurs à la grandeur du Québec dont les dossiers sont suspendus en attendant le sort de cette affaire.

Cette requête de l'UDA auprès de la CRAAAP (*Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs*) a court-circuité un processus d'arbitrage qu'elle avait elle-même mis en branle à la suite du dépôt de ces

griefs réclamant notamment, des trois événements, les contrats individuels et les cotisations syndicales de tous les artistes participant à chacun des spectacles de leur programmation et ce, même lorsqu'ils n'en sont pas les producteurs.

Selon les prétentions de l'UDA, un diffuseur qui bâti une programmation de spectacles en serait le producteur, ce qui ne correspond aucunement à la réalité, chacun des spectacles d'une programmation donnée ayant son propre producteur. D'ailleurs, au moment du dépôt des griefs, de nombreux producteurs des spectacles programmés avaient déjà versé à l'UDA les cotisations et contributions applicables. De plus, toujours selon les prétentions de l'UDA, les spectacles produits à l'ex-

térieur du Québec dont une ou plusieurs représentations sont exécutées sur le territoire du Québec, soit les « spectacles étrangers », n'existeraient plus dans le contexte de cette affaire puisqu'admettre leur existence reviendrait à admettre que les diffuseurs ne sont pas des producteurs.

Le milieu de la production et de la diffusion des arts de la scène, représenté par l'Association des compagnies de théâtre (ACT), l'ADISQ, l'Association des producteurs de théâtre privés (APTP), Festivals et Événements Québec (FEQ), Théâtres associés Inc. (TAI), Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ) et RIDEAU, entend bien défendre les métiers respectifs de producteurs et de

LE MILIEU DE LA PRODUCTION ET DE LA DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE ENTEND BIEN DÉFENDRE LES MÉTIERS RESPECTIFS DE PRODUCTEURS ET DE DIFFUSEURS CONTRE CETTE PRÉTENTION DE L'UDA QUI MENACE LA CIRCULATION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR TOUT LE TERRITOIRE DU QUÉBEC.

Suite... >

diffuseurs contre cette prétention de l'UDA qui menace la circulation des arts de la scène sur tout le territoire du Québec.

Rappelons que chaque fois que le syndicat a tenté de faire déclarer «producteurs» des organisations qui sont en fait des diffuseurs, celles-ci ont dû soit défendre leur statut de

diffuseur, soit carrément cesser de présenter des spectacles, au plus grand déplaisir des artistes et des entrepreneurs cherchant à faire circuler leurs spectacles. Il semble toutefois que l'UDA compte rester campée sur sa position. Pourquoi? Certains soupçonnent qu'il serait parfois plus pratique pour l'UDA de réclamer les cotisations et les contri-

butions d'un seul et même guichet, le diffuseur, plutôt que de les réclamer auprès de chacun des producteurs concernés. Quoi qu'il en soit, le milieu de la production et de la diffusion des arts de la scène y voit une réelle incompréhension du fonctionnement et des intérêts supérieurs du milieu.

OCTOBRE 2008

LA GUILDE DES MUSICIENS ÉLARGIT SA JURIDICTION AU QUÉBEC

DANS UNE SURPRENANTE DÉCISION, LA CRAAAP ACCORDE À LA GUILDE LE DROIT DE REPRÉSENTER D'AUTRES FONCTIONS QUE CELLE DE MUSICIEN INSTRUMENTISTE.

Au cours de la dernière année, la CRAAAP a partiellement accueilli la requête de la Guilde des musiciens visant à inclure à son secteur de négociation, datant de 1991, huit autres fonctions en plus de celle de musicien instrumentiste. Dans une surprenante décision, la CRAAAP accepte en effet d'y inclure l'arrangeur, l'orchestrateur, le chef d'orchestre, le conseiller musical, le copiste ainsi que le monteur musical, et refuse d'y inclure le musicothécaire et le contractant.

Cette décision a surpris les associations de producteurs concernées (annonce publicitaire, cinéma, disque, scène, télévision) et n'a pas fait pas l'unanimité au sein même du banc de la Commission saisi de l'affaire. Pour l'un de ses trois commissaires, il était en effet manifeste que la Guilde cherchait, pour toutes ces fonctions, à étendre sa juridiction sans qu'il soit justifié d'élargir la portée intentionnelle de sa reconnaissance. Pour représenter ces fonctions, la Guilde

aurait dû faire la démonstration qu'elles sont «artistiques» et que leurs titulaires souhaitaient être représentés par elle.

Rappelons que les associations de producteurs contestaient l'inclusion de ces fonctions à la juridiction de la Guilde et qu'en 2002, un arbitre avait refusé d'en inclure plusieurs à l'entente collective Guilde-ADISQ (spectacle). En 2003, la CRAAAP avait rejeté la requête de la Guilde au motif que celle-ci, à sa face même, visait un élargissement de son secteur de négociation plutôt qu'une simple interprétation de celui-ci. En conséquence, la CRAAAP avait alors invité la Guilde à déposer une nouvelle demande de reconnaissance pour les nouvelles fonctions recherchées. La Guilde avait alors répliqué par le dépôt d'une requête en révision judiciaire de cette décision, révision à la suite de laquelle les parties ont été à nouveau convoquées par la CRAAAP, en 2006, pour que le dossier recommence devant un nouveau banc.

JUIN 2008

ARTISTE SALARIÉ ET STATUT DE L'ARTISTE: L'ADISQ DEMANDE LA RÉVISION JUDICIAIRE

L'ADISQ DEMANDE L'ANNULATION D'UNE SURPRENANTE DÉCISION DE LA CRAAAP.

En juin 2008, l'ADISQ et quatre autres associations de producteurs du milieu de la scène ont demandé à la Cour supérieure d'invalider une décision de la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (CRAAAP).

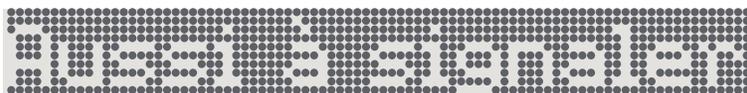
C'est que la CRAAAP, en effet, a refusé d'exclure les artistes salariés d'un nouveau secteur de négociation recherché par l'Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ). Ce secteur vise les concepteurs d'accessoires, de marionnettes, de maquillages et de coiffures.

Cette décision est d'autant plus surprenante que la Loi québécoise sur le statut de l'artiste a institué un régime de négociation collective applicable aux artistes travaillant à leur propre compte. En 1993, la Commission avait d'ailleurs précisé, pour cette raison, l'exclusion des artistes salariés du secteur de négociation de l'APASQ visant les concepteurs de décors, de costumes, d'éclairages et de son.

Ce renversement de logique est lourd de conséquences. Certains producteurs, en effet, pourraient faire l'objet de réclamations en vue d'assumer un double fardeau: celui d'employeur (par exemple, aux fins des cotisations à la

RRQ et à l'assurance-emploi) et celui de producteur (par exemple, aux fins des contributions, dans les ententes collectives découlant de la Loi, aux fonds d'assurance, de vacance et de retraite d'associations d'artistes).

Les cinq associations demandent donc à la Cour de rectifier le tir et ont récemment déposé un mémoire pour l'éclairer.



RELATIONS DE TRAVAIL

- ❖ L'ADISQ a continué d'offrir à ses membres un soutien continu dans la gestion des ententes collectives leur étant applicables et à favoriser le règlement de griefs d'associations d'artistes.
- ❖ L'ADISQ a continué d'assurer la représentation de ses membres dans le cadre de demandes de reconnaissances d'associations d'artistes, notamment celle de l'UDA, déposée en 2008, visant les chorégraphes dans les domaines du film, des annonces publicitaires et du multimédia.
- ❖ L'association a amorcé les négociations pour le renouvellement de ses ententes collectives en vigueur avec la Guilde et l'UDA et ce, à la suite de nouvelles propositions reçues de leur part.

FORMATION

2008

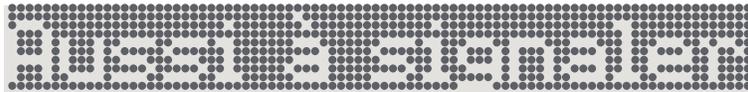
FORMATION: ON CONTINUE

LES ACTIVITÉS ONT
REPRIS EN SEPTEMBRE
ET SE SONT DÉPLOYÉES
SUR SIX MOIS. ›

Le programme de formation continue offert par l'ADISQ au cours des cinq dernières années a été de nouveau mis à la disposition des membres de l'association à compter du 5 septembre 2008. La nouvelle session s'est déployée jusqu'à la fin mars de 2009.

Une vingtaine d'activités de formation sont maintenant développées. En six ans, le programme de formation a offert pas

moins de 131 sessions à 1631 participants. Environ 72% de ces derniers venaient de la région de Montréal et 28%, du reste de la province. L'ADISQ entend continuer d'offrir des activités de formation adaptées à des besoins ciblés. Ce faisant, elle espère contribuer à améliorer la qualité des emplois dans les entreprises québécoises œuvrant dans les domaines du disque et du spectacle, et aider ces dernières à se développer pleinement.



FORMATION

Contenus développés à ce jour

- › Les lois sur le statut de l'artiste et leur application dans le domaine du disque et du spectacle
- › Les contrats d'artiste, de licence et de distribution
- › Les contrats de gérance, d'édition, de coédition, de sous-édition, de production de spectacles, d'agent de spectacles et de diffusion d'un spectacle
- › Informations générales sur les droits d'auteur et les droits voisins dans l'industrie musicale
- › Les régimes et les sociétés de gestion collective du droit d'auteur et des droits voisins dans l'industrie musicale
- › Le droit et l'Internet
- › L'édition musicale
- › Les obligations des producteurs de disques, de spectacles, de vidéoclips et de DVD en matière de santé et sécurité du travail (niveaux 1 et 2)
- › Les cotisations à la CSST («taux à l'unité»)
- › Les cotisations à la CSST («taux personnalisé»)
- › L'éditeur musical et le contrat de préférence ou d'exclusivité à l'intention des auteurs-compositeurs-interprètes
- › Principes de base en matière de droit d'auteur pour l'industrie musicale et pratiques commerciales pour les trois types d'utilisations suivantes: la synchronisation à l'image, les DVD et les sites et services disponibles sur Internet
- › Le crédit d'impôt remboursable pour la production de spectacles
- › Le crédit d'impôt remboursable pour la production de disques
- › Le marketing culturel (secteur du disque et du spectacle québécois)
- › Les relations de presse dans le secteur culturel (secteur du disque et du spectacle québécois)
- › La promotion numérique (secteur du disque et du spectacle québécois)
- › La campagne publicitaire et le partenariat médias dans le secteur du disque et du spectacle
- › Le financement des événements (secteur du disque et du spectacle québécois)
- › Travailler avec la France / Outils et stratégies pour développer son projet en France

PROMOTION COLLECTIVE

AUTOMNE 2008

GALA DE L'ADISQ: UNE 30^E ÉDITION RÉUSSIE

L'ADISQ FAIT UN
BILAN TRÈS POSITIF
DE SON ÉDITION
ANNIVERSAIRE. >>>

Le numéro d'ouverture du 30^e Gala de l'ADISQ a été assuré par Alfa Rococo, Sylvain Cossette, Gatineau, Karkwa, Marie-Mai et Marjo.



Animé par Louis-José Houde, le Gala de l'ADISQ a été présenté le 2 novembre dernier au Centre Bell, devant plus de 11 000 spectateurs. Diffusé en direct à la Télévision de Radio-Canada, dès 19h30, le Gala a, en moyenne, rejoint cette année 1 661 000 téléspectateurs, avec une pointe à 2 millions vers 21h00. L'ADISQ avait choisi de tenir cette 30^e édition au Centre Bell afin de permettre au public de venir célébrer cette grande fête de la musique. Pour l'ADISQ, c'était une troisième expérience dans ce lieu.

Cette 30^e édition a été marquée par un nombre imposant d'artistes réunis sur une même scène: Claude Dubois, Ariane Moffatt, Éric Lapointe, Les Cowboys Fringants, Karkwa, Marie-Mai, Robert Charlebois, Alfa Rococo, Gatineau, Sylvain Cossette, Martin Deschamps, Marjo, Radio Radio, André Gagnon, Sans Pression et l'OSM.

Une édition de cette envergure représentait aussi une occasion unique de rendre hommage à l'artiste ayant remporté le plus grand nombre de Félix dans toute l'histoire du Gala: Céline Dion. Alors que Céline est l'une des plus grandes interprètes de la planète et qu'elle reçoit des hommages partout à travers le monde, l'ADISQ était très fière de pouvoir, à son tour, lui rendre cet honneur chez elle.

Radio-Canada, fidèle partenaire depuis 30 ans

En plus de diffuser le Gala, Radio-Canada a contribué au rayonnement de notre musique cet automne, à travers l'ensemble de ses plateformes.



UNE ÉDITION DE CETTE ENVERGURE ÉTAIT AUSSI UNE OCCASION UNIQUE DE RENDRE HOMMAGE À L'ARTISTE AYANT REMPORTÉ

LE PLUS GRAND NOMBRE DE FÉLIX DANS TOUTE L'HISTOIRE DU GALA: CÉLINE DION.

Tout d'abord, la première de M pour Musique a été marquée par un numéro exceptionnel présentant tous les artistes en nomination pour la chanson populaire de l'année. Du côté de la radio, comme le veut la tradition, la Première Chaîne et Espace musique ont mis sur pied une programmation spéciale, mettant en vedette les artistes en nomination cette année, dans le cadre de La Semaine de toutes les musiques.

Enfin, Radio-Canada.ca, en plus d'être le réseau de vote officiel de la chanson de l'année, a produit des capsules archives des 30 ans de Galas, qui ont non seulement été diffusées sur le web mais aussi au Centre Bell pendant les pauses commerciales. Enfin pour une première fois, Radio-Canada.ca a diffusé une webémission en direct du Tapis rouge, juste avant la diffusion du gala. En exclusivité sur Internet, le public internaute pouvait suivre l'arrivée des artistes au Centre Bell et voir les entrevues.

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut: Louis-José Houde, André Gagnon et l'OSM, Claude Dubois, Robert Charlebois, Ariane Moffatt et Radio Radio, Les Cowboys Fringants, Éric Lapointe, Martin Deschamps et Sans Pression.



OCTOBRE 2008

L'AUTRE GALA: LE LANCEMENT DES FESTIVITÉS

LE TANDEM MUSIQUEPLUS/ MUSIMAX PREND LA RELÈVE POUR LA DIFFUSION DE L'ÉVÉNEMENT.

EN OUVRANT UNE TELLE
FENÊTRE TÉLÉVISUELLE
À L'AUTRE GALA DE
L'ADISQ, MUSIQUEPLUS ET
MUSIMAX DÉMONTRENT
CONCRÈTEMENT LEUR
VOLONTÉ D'ÊTRE AU CŒUR
DE L'INDUSTRIE DE LA
MUSIQUE AU QUÉBEC.

Les festivités du 30^e Gala ont en fait débuté le 27 octobre, avec L'Autre Gala de l'ADISQ. Dans le cadre de cette soirée, l'ADISQ a procédé à la remise de 20 Félix artistiques, tous styles confondus, du classique au hip-hop en passant par le country et l'humour.

Animé par Claudine Prévost et Babu et diffusé en direct du Métropolis de Montréal sur les chaînes MusiquePlus et MusiMax (avec rediffusion le 1^{er} novembre), L'Autre Gala de l'ADISQ a atteint cette année des cotes d'écoute de 68 000 téléspectateurs. Les performances musicales de cet Autre Gala ont été assurées par Kaïn, Sylvie Paquette et Samiam avec la participation de Loco Locass ainsi que de Fred et Nicolas Pellerin.

Une première et un engagement de trois ans

C'était la première fois que L'Autre Gala était diffusé par MusiquePlus et MusiMax, qui ont permis à l'ADISQ de rejoindre une clientèle de choix avec qui elle a un point vital en commun: un grand intérêt pour la musique. Le diffuseur a d'ailleurs confirmé son engagement à assurer la diffusion de l'événement au cours des trois prochaines années.

En ouvrant une telle fenêtre télévisuelle à L'Autre Gala de l'ADISQ, MusiquePlus et MusiMax démontrent concrètement leur volonté d'être au cœur de l'industrie de la musique au Québec. Elles s'associent à la mission de l'ADISQ qui, depuis plusieurs

années, multiplie ses efforts pour offrir la plus grande vitrine possible à des créneaux musicaux diversifiés. L'ADISQ est très fière de ce nouveau partenariat, qui lui permettra de développer L'Autre Gala dans un esprit de continuité.

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut: Samiam et Loco Locass, Kaïn, Fred et Nicolas Pellerin, Sylvie Paquette.



Les animateurs:
Claudine Prévost et Babu.



AUTOMNE 2008

LES RADIOS À L'UNISSON POUR LE GALA DE L'ADISQ

CKOI, RYTHME FM, PLANÈTE RADIO, ÉNERGIE ET ROCKDÉTENTE ONT AUSSI CÉLÉBRÉ LE 30^E ANNIVERSAIRE DU GALA DE L'ADISQ.

Pour saluer le 30^e anniversaire de l'ADISQ, les partenaires radio privés de l'ADISQ – CKOI, Rythme FM, Énergie, Planète Radio et RockDétente – se sont unis, pour la première fois, afin de diffuser simultanément une même émission spéciale. Cette émission a été mise en ondes tout juste avant le Gala de l'ADISQ, le 2 novembre, de 17h00 à 19h00. Elle a rendu un vibrant hommage aux artistes québécois.

Les animateurs, qu'on a entendus en simultané sur les ondes des radiodiffuseurs participants, sont des figures fort connues

à la radio: Charles Lafortune pour CKOI et le réseau CORUS, Sébastien Benoit pour le réseau Rythme FM, Yves Laramée pour Planète Radio, Mitsou Gélinas pour Énergie et André Robitaille pour RockDétente.

Cette initiative des radiodiffuseurs privés est une grande première, que l'ADISQ a salué chaleureusement. Les radiodiffuseurs témoignent, par cette collaboration remarquable, de l'importance du travail accompli par l'association pour la musique québécoise, depuis déjà 30 ans.

AUTOMNE 2008

LE GALA MOUSSE LES VENTES DE MUSIQUE

CHAQUE ANNÉE, UNE AUGMENTATION NOTABLE DES VENTES D'ALBUMS DES ARTISTES RÉCOMPENSÉS PAR L'ADISQ EST OBSERVÉE APRÈS LA DIFFUSION DU GALA.

Au cours des trois dernières années, les artistes qui ont remporté un Félix ont vu leurs ventes augmenter de 144%, en moyenne, durant la semaine suivant la diffusion du Gala. Pour L'Autre Gala, l'augmentation moyenne est de 87%. On constate également que la hausse des ventes des albums de plusieurs artistes est encore notable même plusieurs semaines après l'événement.

L'attribution des ces prix est l'aboutissement d'un long et rigoureux processus de mise en candidature. Pour l'édition 2008, plus de 300 produits ont été recensés par les membres de l'ADISQ dans le cadre du recensement couvrant la période du 1^{er} juin 2007 au 31 mai 2008. Plus exactement, 320 produits ont été reçus au bureau de l'ADISQ, soit 215 disques, 48 spectacles,

34 vidéoclips, 6 DVD, 7 anthologies et 10 émissions de télévision.

Il y a quelques années, l'ADISQ recevait, en moyenne, 275 candidatures par année. En 2006, le nombre de candidatures a atteint un record encore inégalé de 355 produits.

OCTOBRE 2008

MERCI POUR LA CHANSON: DÉJÀ UNE CINQUIÈME ANNÉE

L'ADISQ POURSUIT SES DÉMARCHES DE SENSIBILISATION À LA VALEUR DE LA MUSIQUE AUPRÈS DU GRAND PUBLIC.

Dans le cadre de sa campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie, non merci*, l'ADISQ poursuit ses efforts en vue de sensibiliser le public à la valeur de la musique. Du 3 au 10 novembre 2008, 50 000 exemplaires de la compilation *Merci pour la chanson, vol. 5* ont été offerts gratuitement à l'achat d'un disque d'un artiste québécois, dans plus de 270 départements et magasins de disques à travers le Québec. Cette année encore, la compilation a aussi été offerte à l'achat de musique en ligne sur le site de téléchargement légal zik.ca.

Cette compilation inclut un titre de chacun des 21 artistes en nomination au Gala de l'ADISQ 2008 et qui en étaient à leur premier album, ou encore qui avaient été nommés dans la catégorie Révélation de l'année.

L'ADISQ CROIT QU'UNE
DES SOLUTIONS POUR
FAIRE FACE AU PIRATAGE
EST LA SENSIBILISATION
CONTINUE DU PUBLIC.



FÉVRIER 2009

À LA SAINT-VALENTIN, ON GAGNE DE LA MUSIQUE QUÉBÉCOISE À TOUT COUP

LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA MUSIQUE CONÇUE PAR L'ADISQ REVIENT À L'OCCASION DE LA SAINT-VALENTIN.

La plus récente offensive de la campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci* s'est déroulée en février et mars dernier, sous le thème À la Saint-Valentin, dites-le en musique.

Dans le cadre de cette opération, l'ADISQ a remis aux amateurs de musique le calendrier-spectacles *Temps Show*, faisant la promotion des spectacles de musique et d'humour présentés ce printemps au Québec.

Le calendrier était remis à l'achat d'un disque ou d'un billet de spectacle d'un artiste québécois, en magasin et à travers les réseaux Admission et Ticketpro.

Suite... >

Pour accroître l'intérêt pour le calendrier, l'ADISQ a également mis sur pied le concours *Achetez de la musique québécoise et gagnez de la musique à tout coup!* Le concours a permis à 25 000 acheteurs de musique qui ont reçu le calendrier *Temps Show* de gagner à tout coup des spectacles, des disques et des téléchargements de musique.

La campagne s'est déroulée dans plus de 270 magasins de disques, à travers les réseaux de billetteries et sur le site Zik.ca. C'est la cinquième année, déjà, que l'ADISQ déploie sa campagne de sensibilisation à la valeur de la musique. Celle-ci s'articule autour de deux temps forts : la Saint-Valentin et le Gala de l'ADISQ.



FÉVRIER 2009

LA SENSIBILISATION: TOUJOURS D'ACTUALITÉ POURQUOI DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ?

L'ADISQ revient à la charge avec sa campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci* parce que, cinq ans après la première édition, la réalité du piratage est plus présente que jamais.

De nouveaux services et de nouvelles technologies apparaissent chaque année, qui favorisent le téléchargement illégal de la musique. Pour faire face à ce phénomène endémique, l'ADISQ croit qu'une des solutions réside dans la sensibilisation continue du public. Sa campagne *Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci* prouve depuis cinq ans que la sensibilisation a un impact direct sur la consommation de musique québécoise.

La solution à l'appropriation illégale de la musique passe aussi par le développement d'une offre numérique légale attrayante et riche en contenu. À ce jour, l'offre légale canadienne, notamment québécoise, est encore trop peu développée. En effet, alors que le Québec était reconnu comme l'un des marchés dans le monde où la pénétration du modèle numérique était l'une des moins avancées l'an dernier, voilà que les efforts semblent porter fruit puisque le nombre de pistes numériques téléchargées au Québec a connu une croissance appréciable de 59% en 2008 pour atteindre 4,1 millions d'unités. La progression la plus importante est celle des ventes d'albums numériques,

qui ont atteint 405 300 unités, soit une hausse substantielle de 76% par rapport au niveau atteint en 2007. Cette forte croissance de pistes et d'albums de format numérique a fait bondir de 3,7% à 7,4% la part de marché du numérique dans les ventes totales de musique au Québec.

Cette part de marché est cependant encore loin des niveaux atteints ailleurs dans le monde, soit 18% au Canada, 32% aux États-Unis et 12% en France. De plus, les ventes numériques ne compensent toujours pas les pertes encourues par la baisse continue des ventes de musique sur support physique, qui touche l'ensemble des marchés depuis quelques années et plus particulièrement le Québec en 2008, qui a connu sa plus importante baisse, que l'on estime à 15%.

Du côté du spectacle, les récentes statistiques publiées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, indiquent que chaque spectacle de chanson francophone, n'a donné lieu, en moyenne, qu'à 3,7 représentations en 2007. Cette statistique démontre éloquentement que le nombre moyen de représentations d'un même spectacle n'est pas suffisant pour permettre à l'ensemble de la population du Québec d'avoir accès à toute la richesse de la diversité de notre chanson.



Quand on aime la
musique pour **vrai**

LA COPIE, NON MERCI.

MAI 2009

EN ROUTE VERS LE GALA DE L'ADISQ 2009!

LE COMITÉ DE SCRUTIN VIENT DE PROCÉDER À LA RÉVISION ANNUELLE DE LA RÉGLEMENTATION DES PRIX FÉLIX.

Le processus de révision annuelle de la réglementation du Gala de l'ADISQ a pris fin en mai dernier. Encore une fois cette année, il a entraîné plusieurs changements à la réglementation en place pour l'attribution des prix Félix.

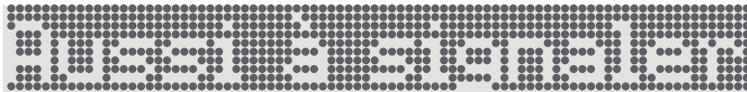
À titre d'exemple, le vote pour la catégorie Groupe de l'année suivra désormais la même procédure que celui pour la catégorie Interprètes, et il sera ultimement déterminé par le vote du public. En outre, les ventes

numériques d'albums et de chansons seront comptabilisées dans les résultats de vente de toutes les catégories concernées à compter du 1^{er} juin 2009. De même, dorénavant, la catégorie Révélation recensera exclusivement les artistes de la chanson et de la musique.

Rappelons que, chaque année, l'ADISQ revoit le système de mise en candidature et de nomination du Gala avec l'aide d'un comité de

scrutin formé de gens de l'industrie. Dans le cadre de ce processus démocratique, l'ADISQ procède à une vaste consultation, suivie d'audiences, qui permet à ses membres de s'assurer que la réglementation soit vraiment représentative de leurs intérêts.

L'Autre Gala de l'ADISQ et Le Gala de l'ADISQ 2009 seront présentés respectivement les 26 octobre et 1^{er} novembre prochains.



PROMOTION COLLECTIVE

En marge du Gala de l'ADISQ

Outre ses deux galas télévisés :

- ✧ l'ADISQ tient chaque année son gala de l'industrie, où elle remet des Félix industriels aux professionnels qui donnent vie à la chanson, à la musique et à l'humour d'ici ;
- ✧ elle déploie une campagne de plus de 1 000 000\$ pour la promotion des votes populaires, des artistes en nomination et du Gala de l'ADISQ ;
- ✧ elle met en place une promotion qui trouve aussi son écho en magasin et sur le web pendant plus de deux mois : une campagne sans précédent à été mise sur pied pour l'ensemble de la promotion du 30^e anniversaire du Gala ;
- ✧ des émissions de radio spéciales sont diffusées pendant une semaine sur les ondes de la Radio de Radio-Canada.

Outre sa campagne *Quand on aime la musique pour vrai...*

L'ADISQ continue d'agir sur plusieurs fronts dans le but de :

- ✧ stimuler la cohésion du milieu de la musique et des autres milieux culturels dans leurs efforts pour contrer l'appropriation sans droit des contenus sur Internet ;
- ✧ mettre en place un partenariat avec les fournisseurs d'accès Internet ;
- ✧ favoriser le développement d'une offre de musique à valeur ajoutée ; et
- ✧ amener le législateur à apporter des modifications à la *Loi sur le droit d'auteur*.

SOUTIEN À L'EXPORTATION

JANVIER 2009

LA DÉLÉGATION QUÉBÉCOISE REVIENT SATISFAITE DU MIDEM

MALGRÉ UNE
BAISSE DE
PARTICIPATION REMARQUÉE,
LES ENTREPRISES
QUÉBÉCOISES DRESSENT
UN BILAN POSITIF DE LEUR
SÉJOUR AU MIDEM.



La 43^e édition du Marché international de la musique (MIDEM), qui avait lieu à Cannes en janvier dernier, s'est terminée sur une note positive malgré la crise que connaît l'industrie de la musique. Au stand du Québec, 26 entreprises et organismes, représentés par 35 délégués, étaient du voyage. C'est une importante baisse de participation pour le stand du Québec.

Néanmoins, les représentants des entreprises québécoises qui ont pris part à l'événement ont estimé que, bien que moins nombreux, les professionnels de l'industrie qu'ils ont rencontrés sont des gens d'intérêt, présentant des produits de qualité. Cette édition a aussi été marquée

par une présence internationale accrue des entreprises de service liées aux industries du numérique et du mobile.

Bien qu'il soit prématuré d'évaluer les effets financiers de cette opération, plusieurs participants québécois anticipent autant, sinon plus, de retombées positives cette année que lors des éditions précédentes.

Depuis sa création, l'ADISQ assume la responsabilité de l'organisation du stand collectif du Québec au MIDEM. On doit notamment à ses efforts la présence de plus en plus grande et fructueuse d'artistes québécois sur les marchés européens et internationaux.

COMMUNICATIONS AUX MEMBRES

AVRIL 2009

LES RENCONTRES 2009: INCONTOURNABLES

PRÈS DE
500 PERSONNES
SE RÉUNISSENT AU
MARCHÉ BONSECOURS
POUR LES RENCONTRES
QUÉBÉCOISES
DE L'INDUSTRIE
DE LA MUSIQUE. ➤

Pour une quatorzième année, les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique, qui se sont tenues à Montréal les 15 et 16 avril derniers, ont de nouveau été un rendez-vous d'un intérêt exceptionnel.

Pendant deux jours, des conférenciers et panélistes de qualité ont entretenu les professionnels de l'industrie musicale de sujets qui se situent au coeur de leurs préoccupations. C'est indéniablement le phénomène du *juke-box* céleste qui a le plus retenu l'attention des participants. Avec la multiplication des services en ligne et des dispositifs de communication sans fil, en effet, toute la musique est désormais accessible en tout temps, en tout lieu, avec une offre de plus en plus personnalisée aux goûts et préférences de l'utilisateur. Cette évolution laisse entrevoir des possibilités intéressantes aussi bien pour les producteurs de contenu que pour les entreprises de télécommunication et les fournisseurs de services Internet.

En outre, les Rencontres ont accueilli cette année deux conférenciers principaux: Bernard Lord, président et chef de la direction, Association canadienne des télécommunications sans fil; et Jean François Rioux, directeur général, Radio de Radio-Canada.



CONFÉRENCIERS
ET PANÉLISTES
DE QUALITÉ ONT
ENTRETENU LES
PROFESSIONNELS
DE L'INDUSTRIE
MUSICALE DE
SUJETS QUI SE
SITUENT AU

COEUR DE LEURS PRÉOCCUPATIONS.

La Soirée des Prix Rencontres

Animée par Johane Despins, la Soirée de remise des Prix Rencontres est venue clore l'événement dans un esprit festif et avec des performances musicales électrisantes de Caracol et de la Patère rose, suivies par une prestation marquante de Karkwa. Elle a aussi permis de souligner le travail des directeurs(trices) des programmes, des stations de radio communautaires, des stations de radio universitaires et collégiales, des chaînes de magasins de disques, des magasins de disques faisant partie d'une chaîne de magasins, des magasins de disques ne faisant pas partie d'une chaîne de magasins et des studios d'enregistrement qui se sont le plus illustrés au cours de l'année.

Suite... >

Les conférenciers:
Bernard Lord
Jean-François Rioux.



De gauche à droite: le Marché Bonsecours, ateliers.

Tout au long des Rencontres, les participants ont aussi eu la chance d'assister aux performances des finalistes des Francouvertes 2009 (Ariel, Mad'moizèle Giraf et Francis D'Octobre), de Chinatown et de Marabu, sans oublier les artistes ou amateurs qui ont pris part au *Jam Session* organisé dans le cadre de l'événement.

Nombre record de commanditaires

Fait à souligner, on assiste depuis deux ans au retour en grand nombre des acteurs de la radio parmi les commanditaires des Rencontres. Cette année, l'événement comptait parmi ses partenaires majeurs Astral Media Radio, la Radio Satellite SIRIUS, Galaxie – le réseau de musique continue de Radio-Canada et XM Radio Satellite. Et c'est sans compter la présence de nombreux autres commanditaires et annonceurs. Les organisateurs des

C'EST INDÉNIABLEMENT LE PHÉNOMÈNE DU JUKE-BOX CÉLESTE QUI A LE PLUS RETENU L'ATTENTION DES PARTICIPANTS.

Rencontres tiennent notamment à remercier la SODEC et Musicaction pour leur soutien à la réalisation de l'événement.

Les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique sont organisées par l'ADISQ depuis 1995 et constituent un rendez-vous incontournable pour les professionnels de l'industrie de la musique, de la radio et des télécommunications.

Rendez-vous l'an prochain, pour le 15^e anniversaire!



Johane Despins, animatrice de la soirée.

La soirée des prix Rencontres.
De gauche à droite:
Patère rose, Caracol,
Karkwa.



Showcase 1^{er} jour.
De gauche à droite:
Ariel, Chinatown,
Mad'moizèle Giraf,
Francis D'Octobre,
Marabu.



JUIN 2008

L'ADISQ LANCE UN BULLETIN MENSUEL

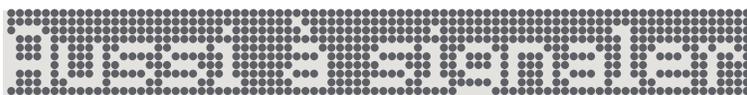
EN JUIN 2008, L'ADISQ
A LANCÉ LE MENSUEL,
UN BULLETIN ÉLECTRONIQUE
DESTINÉ PRINCIPALEMENT
À SES MEMBRES, À SES
PARTENAIRES ET AUX MÉDIAS.



En lançant son Mensuel, l'ADISQ compte informer le milieu des multiples actions qu'elle déploie dans les différents secteurs où elle est active : droits, radiodiffusion, financement, promotion, relations de travail, relations internationales et autres. Chaque mois, un dossier chaud est traité de façon plus approfondie.

L'AgendAdisq, le calendrier mensuel des premières de spectacles et lancements d'albums, est maintenant intégré à ce bulletin. On trouve aussi dans le Mensuel la rubrique Veille industrielle, qui comprendra des nouvelles nationales ou internationales ayant retenu l'attention au cours des derniers mois, un calendrier des

activités de l'ADISQ, de même que la chronique En mouvement, qui fera état des promotions, nominations et changements de carrière dans l'industrie.



COMMUNICATIONS AUX MEMBRES

LE Palmarès

Publié chaque semaine, LE Palmarès constitue un outil de référence indispensable pour toute l'industrie du disque, de la radio et de la vente au détail.

La certification spectacle

Créée en 1989, la certification spectacle constitue pour les producteurs de spectacles un outil de promotion spécifique à leur milieu. Pour un même titre de spectacle, le Billet argent certifie 25 000 billets vendus, le Billet or, 50 000 billets vendus et le Billet platine, 100 000 billets vendus.

L'AgendAdisq

L'AgendAdisq, maintenant publié à l'intérieur du Mensuel, est un outil qui appuie l'industrie dans la planification et la promotion des conférences de presse, premières de spectacles et lancements d'albums.

ADISQ.COM

Le site Internet de l'ADISQ constitue une vitrine promotionnelle privilégiée pour l'ensemble des activités de l'ADISQ. Il est en outre un instrument de promotion et de rayonnement des entreprises membres de l'ADISQ et des artistes qu'elles représentent.

L'ADISQ EN 2008-2009

Le conseil d'administration de l'ADISQ

Président

Claude Larivée

La compagnie Larivée Cabot Champagne

Président sortant

Paul Dupont-Hébert

Tandem.mu

Vice-président, disque

Pierre Marchand

Distribution Select

Vice-président, spectacle

Yves-François Blanchet

Diffusion YFB

(poste occupé jusqu'en décembre 2008)

Vice-président, vidéo

Mark Lazare

Productions Benannah

Secrétaire

Stéphanie Moffatt

Mo'Fat Management

Trésorier

Georges Tremblay

DEP Distribution Exclusive

Administrateurs :

Michel Bélanger

Disques Audiogram

Eli Bissonnette

Dare to Care Records

Pierre-Luc Durand

Tacca Musique

François Mario Labbé

Groupe Analekta

Jacinthe Marleau

L'Équipe Spectra

(poste occupé à partir de décembre 2008)

Benjamin Masse

Sopref

Luc Piette

EDC Musique

Jacques Primeau

Productions Jacques K. Primeau

J. Serge Sasseville

Groupe Archambault

L'équipe de l'ADISQ

Solange Drouin

*vice-présidente aux affaires publiques
et directrice générale*

Lyette Bouchard

directrice générale adjointe

Céline Laberge

*directrice et productrice exécutive
du Gala de l'ADISQ*

Julie Gariépy

directrice des communications

Stéphanie Hénault

directrice des relations de travail

Annie Provencher

*directrice de la radiodiffusion
et de la recherche; affaires publiques*

Pierre Blanchet

*directeur du financement et de la formation
professionnelle; affaires publiques
(poste occupé jusqu'en avril 2009)*

Geneviève Leduc

conseillère aux relations de travail

Geneviève Grimard

agente de recherche

Nicole Lalonde

adjointe aux communications

David Lefebvre

coordonnateur du Palmarès

Françoise Bourque

adjointe à la direction générale

Diane Garneau

*technicienne-comptable
(poste occupé jusqu'en janvier 2009)*

Marie-Hélène Roussin

coordonnatrice aux communications

Marie-Julie Desrochers

Valérie Roy

assistantes aux communications

Julie Péloquin

secrétaire réceptionniste

Marie Pelletier

secrétaire réceptionniste



6420, rue Saint-Denis
Montréal (Québec) H2S 2R7
Téléphone 514 842-5147
Télécopieur 514 842-7762
info@adisq.com
adisq.com

Tous droits réservés.
© 2009 – Association québécoise de l'industrie du disque,
du spectacle et de la vidéo (ADISQ) inc.

Textes : ADISQ et Contractuelle communicateurs-conseils
Conception graphique : Contractuelle communicateurs-conseils
Photographies : archives ADISQ, Jean-François Leblanc (Agence
Stock), Charles Richer