REVUE DES ACTIVITÉS 2012>2013

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 plus de 250 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.

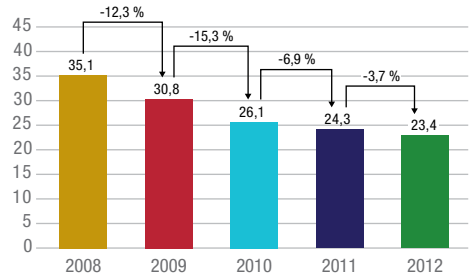
L'association est présidée par un conseil d'administration élu chaque année au suffrage universel des membres, en assemblée générale. Son équipe permanente compte une vingtaine de personnes.

Toile de fond de l'industrie 3
Stratégies d'intervention 9
Politiques générales 11
Relations internationales 13
Affaires réglementaires 15
Financement des entreprises 22
Droits 23
Relations de travail 24
Formation 29
Promotion collective 31
Développement de marchés 35
Communications et activités 39
L'ADISQ en 2012-2013 43

ENREGISTREMENTS SONORES : LE NUMÉRIQUE NE COMPENSE TOUJOURS PAS

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU CANADA

MILLIONS D'UNITÉS

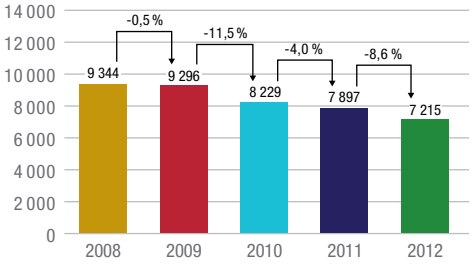


Note : Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Sources : IFPI pour 2008 à 2010 ; Music Canada pour 2011 et 2012.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS SUR SUPPORT PHYSIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS



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.

VALEUR COMMERCIALE[1] DES VENTES D'ENREGISTREMENTS SONORES

La valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores (tous les supports confondus) dans le monde était estimée à 16,5 milliards $US en 2012, une augmentation de 0,3 % par rapport à 2011. Il s'agit de la première hausse depuis 1999.

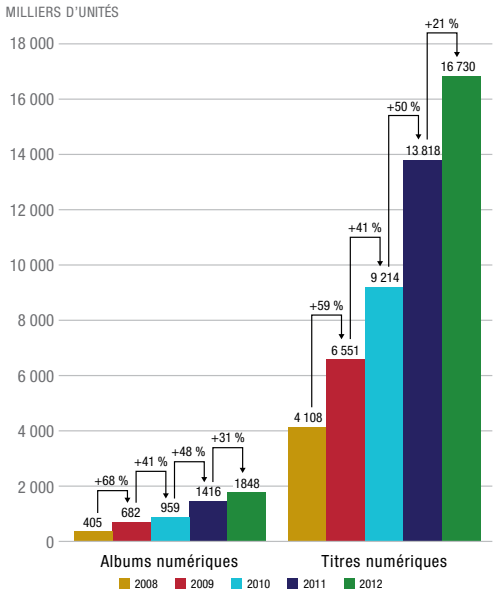
Une augmentation de la valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores a également été enregistrée au Canada pour la même période. Estimée par l'IFPI à 429,7 millions $CAN en 2011, elle a connu une hausse de 5,5 % en un an, atteignant 453,5 millions $CAN en 2012.

1. Dans son rapport publié en 2013, l'IFPI a cessé de mesurer la valeur des ventes au détail afin de tenir compte de la diversification des sources de revenus, qui rend ce calcul moins fiable.

Source : IFPI.

ENREGISTREMENTS SONORES VENDUS EN FORMAT NUMÉRIQUE AU QUÉBEC

MILLIERS D'UNITÉS



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

	Albums physiques*			Albums numériques			Pistes numériques		
	2011	2012	Variation	2011	2012	Variation	2011	2012	Variation
Québec	7 897	7 215	-8,6 %	1 416	1 848	30,5 %	13 818	16 730	21,1 %
Canada	24 300	23 400	-3,7 %	8 313	10 500	26,3 %	94 163	114 300	21,4 %
France	48 600	44 600	-8,2 %	6 400	7 600	18,8 %	43 000	44 100	2,6 %
États-Unis	227 500	198 000	-13,0 %	103 100	118 000	14,5 %	1 271 000	1 336 000	5,1 %

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

Sources : OCCQ pour le Québec ; Nielsen SoundScan et Music Canada pour le Canada ; Snep pour la France ; Nielsen SoundScan pour les États-Unis.

VENTES D'ALBUMS[1] DES ARTISTES QUÉBÉCOIS DANS LE TOP 500 DES MEILLEURS VENDEURS AU QUÉBEC

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre total d'unités vendues par le TOP 500 des meilleurs vendeurs au Québec	6 098 448	5 821 173	4 828 495	5 296 695	4 468 368	4 687 401	4 423 388
Nombre total d'unités vendues des albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	2 468 680	2 715 363	2 003 355	2 565 511	2 014 745	2 220 705	2 024 530
Nombre d'albums d'artistes québécois figurant au TOP 500	156	170	174	181	200	205	186

1. Inclut les albums en formats physique et numérique.

Note méthodologique : pour l'année 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées ; à partir de 2007, l'année complète a été analysée.

Source : Nielsen SoundScan, analyses de l'ADISQ.

PART DES VENTES DES ENREGISTREMENTS SONORES D'ARTISTES QUÉBÉCOIS SUR LE TOTAL DES VENTES DES TOP 500[1] AU QUÉBEC

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ensemble des albums	40,5 %	46,6 %	41,5 %	48,4 %	45,1 %	47,4 %	45,8 %
Albums physiques	n.d.	n.d.	41,9 %	48,9 %	46,0 %	49,2 %	47,5 %
Albums numériques	n.d.	n.d.	21,5 %	33,2 %	29,7 %	31,3 %	33,1 %
Pistes téléchargées	n.d.	n.d.	6,3 %	7,2 %	7,0 %	5,3 %	6,6 %

1. Les analyses des Top 500 albums physiques, Top 500 albums numériques et Top 500 pistes téléchargées ont débuté en 2008.

Sources : OCCQ, Statistiques en bref, juin 2010 pour 2008 et 2009. Nielsen SoundScan et analyses ADISQ pour 2010 à 2012.

VENTES D'ALBUMS[1] D'ARTISTES QUÉBÉCOIS PAR NIVEAU DE VENTES

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes de	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
10 000 à 14 999 copies	24	20	15	18	18	24	18
15 000 à 24 999 copies	18	15	18	28	24	17	13
25 000 à 49 999 copies	12	15	8	17	13	15	8
50 000 à 99 999 copies	5	5	7	4	2	7	5
100 000 à 199 999 copies	2	4	1	1	0	0	2
200 000 à 299 999 copies	1	1	0	1	0	0	0

Chaque année, environ 400 albums d'artistes québécois sont mis en marché.

1. Inclut les albums en formats physique et numérique.

Note méthodologique : pour l'année 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées. À partir de 2007, l'année complète a été analysée.

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[1] QUÉBÉCOIS

	2006	2007	2008	2009	2010	2011[r]	2012
TOP 5	29,9 %	30,9 %	23,9 %	25,5 %	17,5 %	17,2 %	31,4 %
TOP 10	42,0 %	46,1 %	38,7 %	36,2 %	29,0 %	30,1 %	43,8 %
TOP 25	62,0 %	65,3 %	61,3 %	58,4 %	51,2 %	54,4 %	62,8 %

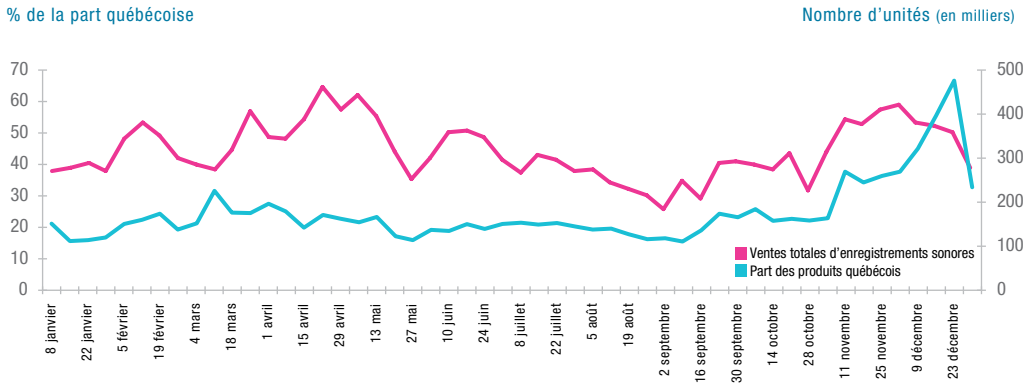
1. Inclut les albums en formats physique et numérique.

r : Données révisées.

Note méthodologique : pour l'année 2006, les 50 premières semaines de l'année ont été étudiées ; à partir de 2007, l'année complète a été analysée.

Source : Nielsen SoundScan, analyses de l'ADISQ.

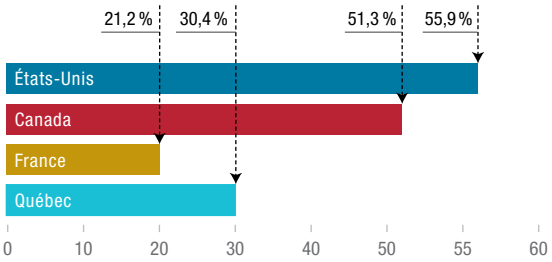
VENTES TOTALES D'ENREGISTREMENTS SONORES[1] ET PART DES PRODUITS QUÉBÉCOIS[2], QUÉBEC, 2012



1. Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.
2. La part des ventes d'enregistrements sonores dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) est estimée à partir de l'examen des 200 albums (physiques et numériques) les plus vendus. 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.

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

PART DU MARCHÉ NUMÉRIQUE DANS LE MARCHÉ TOTAL DE LA MUSIQUE, PAR MARCHÉ – 2012 (VOLUME DE VENTES)



Notes : Données québécoises basées sur le nombre d'albums et de pièces téléchargés, le nombre de pièces ayant été converti en nombre d'albums. Estimation basée sur un nombre moyen de 13 pièces par album.

Pour le Canada et les États-Unis, selon la méthode de conversion du nombre de pistes en nombre d'albums employée par SoundScan, dix pistes équivalent à un album. Pour la France, le même ratio a été utilisé.

Sources : Québec, Canada et États-Unis - Nielsen SoundScan ; France - Snep. Analyses de l'ADISQ.

LE NUMÉRIQUE DANS LE MONDE

L'IFPI estime qu'en 2012, près du tiers (32 %) des internautes utilisent des sites illégaux pour se procurer de la musique.

Source : IFPI, Digital Music Report 2013.

Depuis sa mise en place en avril 2003, le service de téléchargement légal iTunes, du groupe Apple, a vendu plus de 25 milliards de pièces. Cette boutique en ligne dispose d'une offre d'environ 26 millions de pièces musicales pour téléchargement.

Source : Apple.

Le nombre d'abonnés à des services musicaux payants en ligne à travers le monde est évalué à 20 millions en 2012, en hausse de 44 % par rapport à 2011.

Source : IFPI, Digital Music Report 2013.

LE MARCHÉ NUMÉRIQUE DANS LE MONDE : DÉVELOPPEMENT SUR NEUF ANS

	2003	2012
Nombre de services légaux autorisés	Moins de 50	Plus de 500
Nombre de pièces disponibles	1 million	Environ 30 millions
Valeur des ventes de musique numérique	20 millions $US	5,8 milliards $US
Part du numérique dans l'ensemble des ventes de musique dans le monde	0 %	34 %

Source : IFPI, Digital Music Report 2013.

SPECTACLE : UN MARCHÉ FRAGILE

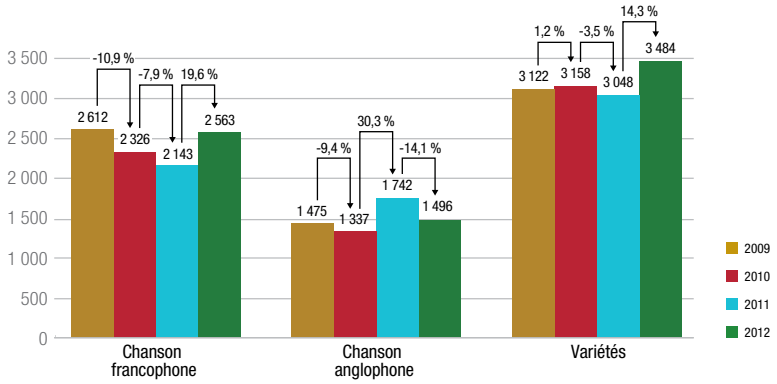
NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS PAYANTES[1] POUR UN MÊME SPECTACLE EN ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC

	Théâtre		Danse		Chanson francophone		Chanson anglophone		Variétés[2]	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Spectacles différents	626	681	219	211	716	771	980	868	330	383
Nombre de représentations	6 086	6 250	765	744	2 143	2 563	1 742	1 496	3 048	3 484
Nombre moyen de représentations d'un même spectacle	9,7	9,2	3,5	3,5	3,0	3,3	1,8	1,7	9,2	9,1

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.

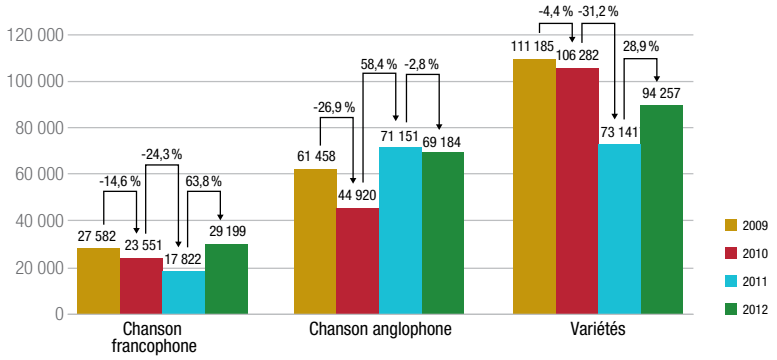
NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS



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

REVENUS DE BILLETTERIE

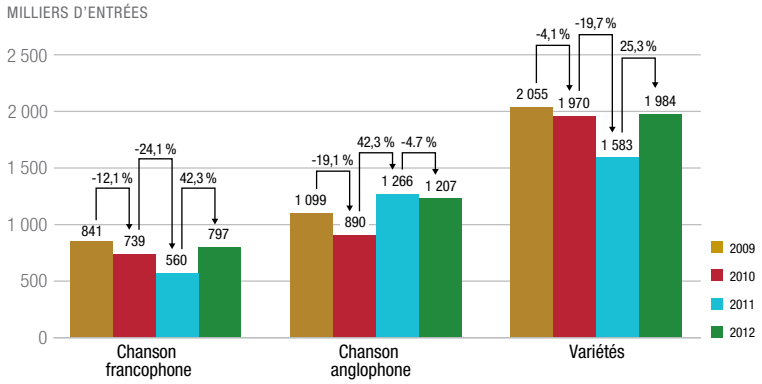
MILLIERS DE DOLLARS



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

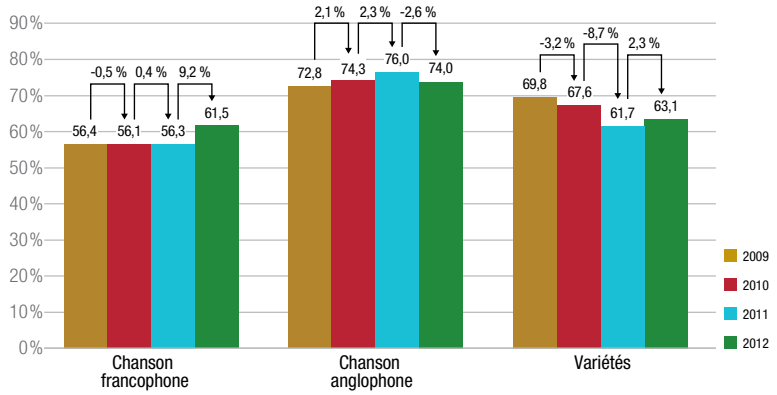
ASSISTANCE PAYANTE

MILLIERS D'ENTRÉES



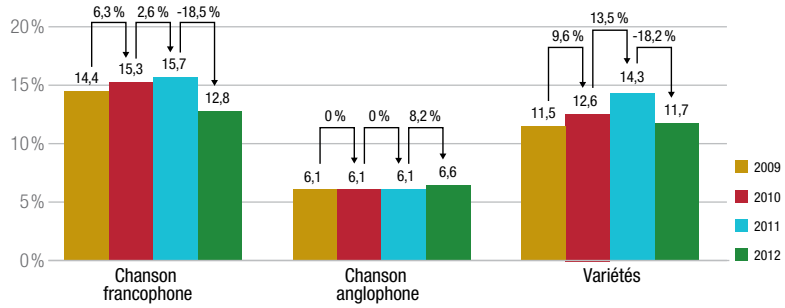
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

TAUX D'OCCUPATION DE L'ASSISTANCE PAYANTE



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

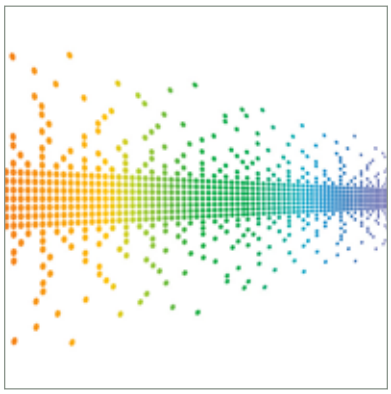


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

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), Music Canada, 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 de disques au Québec. Depuis janvier 2006, il est maintenant possible d'obtenir des statistiques sur les ventes de disques au Québec sur une base hebdomadaire. Ces statistiques portent notamment sur la part des artistes et des entreprises québécoises dans ces ventes ainsi que sur le nombre d'unités vendues par type de support, y compris les albums et les pistes numériques téléchargés.

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 ET ACTIVITÉS

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

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

AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

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

PROMOTION COLLECTIVE

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

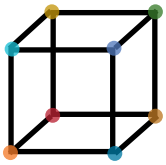
DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

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

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

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

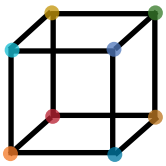
OBJECTIF
Assurer l'accès du public au contenu québécois.



STRATÉGIE

POLITIQUES GÉNÉRALES

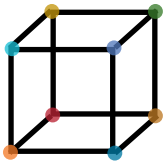
Contribuer à haut niveau à la réalisation de l'ensemble des objectifs de l'association par la promotion de politiques générales conséquentes.



STRATÉGIE

AFFAIRES INTERNATIONALES

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



STRATÉGIE

VEILLE INDUSTRIELLE ET RECHERCHE

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

CONSOMMATION DE LA MUSIQUE QUÉBÉCOISE : UNE ÉTUDE EST DÉVOILÉE AUX RENCONTRES.

Les faits saillants d'une importante étude sur le consommateur québécois de musique ont été rendus publics dans le cadre des Rencontres de l'ADISQ, qui se sont déroulées le 4 avril 2013.

Réalisée par la firme Circum pour l'ADISQ et l'Association canadienne des radiodiffuseurs et financée par le Fonds RadioStar, cette enquête a permis de sonder 5 000 francophones et francophiles sur leurs habitudes de consommation de la musique.

L'étude a révélé des réalités parfois surprenantes, parmi lesquelles les suivantes :

- les Québécois francophones et francophiles ont un intérêt équivalent pour la musique québécoise francophone et la musique anglophone, ainsi que pour les artistes émergents québécois francophones et les artistes émergents anglophones ;
- la fréquence annuelle d'écoute est la même dans les deux langues pour la majorité des genres musicaux, sauf pour le rock alternatif, la musique urbaine et le hip-hop, où la musique anglophone est plus importante ;
- la radio est le mode d'écoute de musique québécoise francophone le plus populaire pour tous les groupes d'âge et pour tous les genres musicaux, ainsi que la principale influence pour l'achat de musique, suivie des amis ;
- les 13-24 ans utilisent deux fois plus Internet, et de façon dominante YouTube, que les autres groupes d'âge pour l'écoute de musique francophone québécoise.

Il s'agissait de la plus vaste enquête à ce jour sur les habitudes de consommation de la musique par les Québécois.

SPECTACLE : L'ADISQ CONTRIBUE À PROMOUVOIR DE MEILLEURES PRATIQUES.

En 2012, l'ADISQ et ses partenaires ont continué de promouvoir les meilleures pratiques pour les artistes, les producteurs et les diffuseurs de spectacles.

Dans le cadre du Congrès 2012 des festivals, événements et attractions touristiques, l'ADISQ a tenu un kiosque d'information et a présenté un atelier intitulé « Le monde du spectacle ».
Ces initiatives avaient pour but de sensibiliser les diffuseurs événementiels et corporatifs à l'importance de faire affaire avec le producteur du spectacle qu'ils veulent accueillir (par l'entremise ou non de son agent dûment mandaté) et de trouver ce dernier en consultant des sources fiables, comme le répertoire de l'ADISQ au www.adisq.com.

Par ailleurs, pour une deuxième année, la SATQ et FEQ ont publié la brochure ADISQ-FEQ-RIDEAU au répertoire des exposants du Salon, dans l'espoir d'éliminer la revente de spectacles par l'intermédiaire d'agents non mandatés par le producteur. Cette brochure vulgarise les responsabilités respectives des diffuseurs, des producteurs et de leurs agents de spectacles, elle donne des notions contractuelles de base et elle identifie des pièges à éviter.

Aujourd'hui encore, que ce soit sur leur site Internet ou à l'occasion de foires, des revendeurs de spectacles font de fausses représentations. Ces gens utilisent, sans autorisation, des images d'artistes pour prétendre qu'ils sont habilités à représenter leur spectacle, alors qu'en réalité ils se contentent de l'acheter du producteur pour le revendre plus cher au diffuseur, sans lui offrir de plus-value. Il arrive même qu'ils s'approprient illégalement des sommes versées dans l'espoir d'accueillir un spectacle.

UN TROISIÈME CONGRÈS PRODUCTIF POUR LE MOUVEMENT INTERNATIONAL DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Du 21 au 23 septembre derniers avait lieu à Bratislava le troisième congrès de la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle, dont fait partie la Coalition canadienne pour la diversité culturelle. L'ADISQ est associée à cette dernière depuis les tout débuts, il y a plus de 10 ans.

Ce troisième congrès se penchait plus particulièrement sur les nouveaux défis que pose la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité culturelle, et visait, à cette fin, à mobiliser des efforts semblables à ceux qui avaient permis son adoption en 2005.

Suite... >

Un plan d'action

Le congrès a permis aux participants d'élaborer un programme d'action dans divers domaines de collaboration, en s'inspirant des grands enjeux qui ont mobilisé les coalitions nationales à la suite de l'adoption de la Convention. Ce programme comprend notamment des actions pressantes concernant le statut de la culture dans les négociations des accords de commerce, dont celles en cours entre le Canada et l'Union européenne.

À cet égard, la Fédération entend développer une plateforme de plaidoyer commune aux coalitions, pour demander que la Convention de l'UNESCO soit reconnue dans ces accords commerciaux. La Fédération s'assurerait ainsi que les États ne diminuent pas, dans de tels accords, le pouvoir d'établir leurs propres politiques culturelles nationales, objectif premier de la Convention.

Fondée en 2007 et dirigée à partir de Montréal, la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle regroupe plus de 40 coalitions nationales.

LE WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK SE RÉUNIT À CANNES. L'ADISQ Y ÉTAIT.

Cette année encore, à l'occasion du MIDEM qui s'est tenu à la fin janvier, le Worldwide Independent Network (WIN) a tenu une réunion rassemblant des représentants d'associations provenant entre autres du Canada, de l'Espagne, de la France, de l'Australie, des États-Unis, de l'Australie, de l'Allemagne, de l'Autriche, du Japon et de l'Angleterre.

La rencontre a permis de faire un bilan de l'état de la gestion collective des droits des producteurs indépendants dans le monde. Elle a également mis en lumière, grâce à chacune des associations représentées, les différentes actions législatives et judiciaires entreprises en matière de droits d'auteur sur Internet dans chacun des pays concernés. Le réseau en a aussi profité pour rendre public son Worldwide Independent Network Manifesto, où sont regroupés les grands enjeux auxquels les producteurs indépendants font face et les actions à mettre de l'avant pour positionner l'industrie indépendante de manière compétitive sur la scène mondiale.

Depuis maintenant sept ans, l'ADISQ participe aux travaux de cet important regroupement international de producteurs indépendants ayant pour mission de mettre en contact des associations professionnelles de producteurs. L'objectif est de permettre la circulation d'informations sur les grands enjeux de l'industrie indépendante de la musique, de manière à susciter la concertation d'actions porteuses pour la filière musicale.

ACQUISITION D'ASTRAL PAR BCE : DE NOUVEAU À L'ÉTUDE PAR LE CRTC.

Au moment où nous écrivons ces lignes, le CRTC étudie une nouvelle demande de BCE en vue de l'acquisition qu'elle souhaite faire de l'entreprise de radio et de télédiffusion Astral.

La valeur de cette transaction est évaluée à 3,395 milliards de dollars et concerne notamment 84 stations de radio et 23 services de télévision, ce qui ferait de BCE le plus grand joueur de l'industrie de la radiodiffusion et des télécommunications au Canada, avec 107 stations de radio et 80 stations de télévision. Une première demande de BCE avait été refusée par le CRTC à l'automne 2012, le Conseil affirmant n'avoir pas été « convaincu que la transaction apporterait au système canadien de radiodiffusion et aux Canadiens des avantages importants et sans équivoque suffisants pour compenser les préoccupations à l'égard de la concurrence, de la concentration de la propriété en télévision et en radio, de l'intégration verticale et de l'exercice du pouvoir dans un marché. »

Le Conseil, en effet, avait jugé que la transaction demandée risquait de modifier profondément le paysage et la structure du système canadien de radiodiffusion, notant que les parts d'auditoire qu'aurait atteint l'entité Astral/BCE s'élevaient à 33,1 % du côté francophone et à 42,7 % du côté anglophone, un niveau préoccupant en vertu de sa Politique sur la diversité des voix. Le Conseil avait également estimé insatisfaisants les avantages tangibles (plus de 200 millions $ dont 8,7 millions $ alloués au Fonds RadioStar, 4,3 millions $ à Musicaction et 6,9 millions $ aux chaînes MusiquePlus et MusiMax) et les avantages intangibles proposés par BCE, rappelant qu'il incombe au demandeur de démontrer l'importance et le caractère non équivoque de ces avantages. En outre, le Conseil avait souligné que BCE avait omis de formuler un engagement à l'égard de la promotion et du temps d'antenne offerts aux artistes canadiens de la relève à la radio.

Suite... >

Nouvelle demande, nouveaux termes

Dans sa nouvelle demande, déposée au printemps de 2013, BCE s'engage à se départir de 11 services de télévision (dont Musique Plus et MusiMax) et de 10 stations de radio, pour une valeur combinée de 820 millions de dollars. L'entreprise s'engage aussi à verser près de 175 millions de dollars en avantages tangibles, dont 4,4 millions à Musicaction et 8,7 millions au Fonds RadioStar. BCE promet en outre de maintenir un siège social au Québec ainsi que des équipes de direction et de programmation.

Dans une intervention soumise au CRTC, l'ADISQ ne s'est pas opposée à cette transaction, qui demeure, malgré les dessaisissements, d'une ampleur historique. L'association a toutefois formulé plusieurs réserves et demandes, notamment que les sommes versées par BCE au titre des avantages tangibles soient revues à la hausse et que des rapports détaillés soient fournis sur la programmation musicale diffusée. L'ADISQ a également participé à l'audience publique qui s'est tenue dans la semaine du 6 mai 2013 à Montréal. Son intervention a été appuyée par la SPACQ et l'APEM.

L'ADISQ ne s'était pas non plus opposée à la première demande de BCE, en 2012, mais avait exprimé alors plusieurs demandes et en avait appelé à une grande vigilance quant à l'impact que la transaction pourrait avoir sur la concentration de la propriété, la diversité des voix, le financement des industries culturelles canadiennes et la programmation des stations de radio et télévision détenues par BCE. Par exemple, l'ADISQ avait demandé que les sommes versées au titre des avantages tangibles soient revues à la hausse. Elle avait aussi suggéré que BCE soit tenue de maintenir au Québec un centre de décision et de programmation et fasse preuve de transparence quant à ses programmations en rendant publics des rapports détaillés. Cette intervention de l'ADISQ, qui a manifestement été prise en compte par le Conseil et par BCE, avait été appuyée par la SPACQ, la SODRAC et l'APEM.

TV5 ET ARTV SOUHAITENT UNE PLUS GRANDE DISTRIBUTION À TRAVERS LE CANADA

Au printemps de 2013, les services ARTV et TV5 ont soumis au CRTC des demandes en vue de bénéficier d'un plus grand accès à l'offre de services des entreprises de distribution par câble et par satellite.

De façon plus précise, la demande d'ARTV vise un meilleur accès au volet numérique des entreprises de distribution des marchés anglophones qui, dans bien des cas, n'offrent pas ce service à leurs abonnés.

Pour sa part, TV5 souhaite une distribution obligatoire à même le service de base des entreprises de distribution. Elle demande également au CRTC de pouvoir scinder sa licence, afin de diffuser deux chaînes : d'une part, le signal actuel TV5 International, dont la programmation sera axée principalement sur le reflet de la diversité de la francophonie internationale ; et d'autre part, le signal UNIS, dont la mission serait de refléter la diversité de la francophonie canadienne, en consacrant notamment 75 % de sa programmation à des émissions canadiennes conçues pour les francophones d'ici.

Puisqu'il s'agit de services jouant un rôle important dans la présentation d'émissions de télévision musicales et de variétés, de même que dans le rayonnement de celles-ci à travers la francophonie canadienne et internationale, l'ADISQ a soumis au CRTC une intervention venant appuyer les demandes des services ARTV et TV5. Au moment où ces lignes sont écrites, le CRTC n'avait pas rendu de décision à ce sujet.

RENOUVELLEMENT DES LICENCES DE RADIO-CANADA

Le CRTC a renouvelé les licences de Radio-Canada, ce printemps, en allégeant certaines règles et en permettant la publicité sur Espace Musique et Radio 2, de façon à compenser les effets d'un financement réduit.

Craignant que, sans publicité, la Société Radio-Canada (SRC) n'ait d'autre choix que de réduire la qualité des ces deux services, le CRTC a en effet autorisé, pour une période de trois ans, la diffusion de publicité sur ces chaînes pour un maximum de quatre minutes par heure, réparties sur un maximum de deux périodes par heure. Au terme de ces trois années, la SRC devra, pour être autorisée à poursuivre la diffusion de publicité, convaincre le CRTC que celle-ci n'a pas eu d'incidences négatives sur son auditoire ni sur les marchés publicitaires.

Dans le cadre du processus public qui s'est tenu à l'automne 2012, l'ADISQ ne s'était pas opposée à l'introduction de la publicité sur ces chaînes, mais elle avait demandé que celle-ci soit accompagnée de balises veillant à préserver la spécificité de la programmation musicale de la chaîne Espace Musique. À cet égard, le CRTC a maintenu, pour Espace Musique (et la Première chaîne), la règle prévoyant qu'un minimum de 85% des pièces diffusées soient francophones, mais a retiré la règle qui limitait à 5% la part des pièces de langue anglaise et qui stipulait que ces pièces soient toutes de provenance canadienne.

La SRC est donc dorénavant autorisée à diffuser de la musique anglophone étrangère et jusqu'à trois fois plus de contenu anglophone (15%) qu'auparavant (5%). L'ADISQ avait plutôt proposé de maintenir une part minimale de 5 % à des pièces anglophones canadiennes et une place maximale de 2,5% pour les pièces anglophones étrangères.

Par ailleurs, pour assurer une programmation diversifiée sur Espace Musique, le CRTC a imposé à la SRC la diffusion d'un minimum de 3000 pièces distinctes au cours de chaque mois. Malgré qu'il ait abondamment été question au cours de l'audience publique d'ajouter à cette mesure un seuil minimal de diffusion de pièces d'artistes émergents, le CRTC a choisi de ne pas en imposer à la SRC. L'ADISQ a toutefois obtenu l'ajout d'une nouvelle obligation relative à la diffusion de musique de concert canadienne, dont le seuil a été fixé à 25% de l'ensemble des diffusions de cette catégorie.

Du côté de la télévision, l'ADISQ avait demandé que des mesures soient prises pour inciter la SRC à accroître la présence d'émissions présentant des prestations musicales d'artistes professionnels à l'antenne de la télévision française et à ARTV. Le seul moyen que le CRTC a mis en place pour favoriser la diffusion de ce genre d'émission a été d'imposer la diffusion de sept heures d'émissions « d'intérêt national » par semaine aux heures de grande écoute, catégorie qui inclut les émissions présentant des prestations musicales et de variétés, mais également les documentaires, les dramatiques et les émissions de remise de prix.

L'ADISQ doute que seulement sept heures consacrées à l'ensemble de ces émissions « d'intérêt national » (l'ADISQ avait proposé neuf heures) soient suffisantes pour engendrer une hausse des émissions présentant des prestations musicales ou de variétés à l'antenne de la SRC.

SIRIUS XM : LICENCE RENOUVELÉE POUR SIX ANS.

Alors que Sirius XM souhaitait voir passer ses contributions au développement du contenu canadien de 5 % à 0,5 % de ses revenus, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) n'a répondu que partiellement à sa demande en réduisant à 4 % le niveau de contribution de l'entreprise. Tels sont, à tout le moins, les termes de la nouvelle licence de radiodiffusion accordée à Sirius XM dans une décision rendue à la fin de 2012. Le Conseil a expliqué sa décision en estimant que l'augmentation anticipée des revenus de l'entreprise minimisera l'effet, pour les bénéficiaires, d'un niveau de contribution moindre.

Fait inédit, le CRTC a exigé aussi que des parts définies de cette contribution soient versées à Musicaction et FACTOR. Toutefois, FACTOR en recevra deux fois plus (20 %) que Musicaction (10 %). Outre les 5 % consacrés au Fonds canadien de la radio communautaire, les 65 % restants des contributions seront versés, à la discrétion de Sirius XM, à des initiatives anglophones et francophones jugées admissibles par le Conseil.

10 % de canaux canadiens

Par ailleurs, au cours de la prochaine période de licence, au moins 10 % des canaux transmis devront être canadiens. De ce nombre, 25 % devront être francophones et au moins trois d'entre eux devront être consacrés à la musique. Sur ces canaux musicaux, les nouveautés occuperont 25 % de la programmation et les chansons d'artistes émergents compteront pour 40 %, plutôt que 25 % comme c'était le cas auparavant.

À noter enfin que le Conseil s'attend, pour la première fois, à ce que l'entreprise « fasse la promotion de l'utilisation de musique canadienne sur ses canaux non canadiens » et à ce que toute bande passante satellite nouvellement disponible soit dédiée à des canaux canadiens.

Rappelons que l'ADISQ était intervenue lors de l'audience publique étudiant le renouvellement de la licence de Sirius XM, en s'opposant à la baisse considérable demandée par l'entreprise. Dans un mémoire soumis au CRTC, l'ADISQ relevait en effet que le niveau de 5 % exigé de Sirus XM faisait contrepoids à une exigence inférieure en regard de l'offre canadienne habituellement imposée aux entreprises de radiodiffusion canadiennes, notamment les radios commerciales et Galaxie, soit un canal canadien pour neuf canaux étrangers.

LE CRTC REFUSE LA CONVERSION DE PLANÈTE JAZZ EN RADIO PARLÉE

Le 14 mars 2013, le CRTC a rendu publique sa décision quant à la demande d'autorisation de RNC Média de transformer sa station montréalaise musicale spécialisée en jazz (Planète Jazz) en station verbale. Opposant un refus à cette demande, le Conseil justifie sa position en invoquant principalement les conditions du marché radiophonique de Montréal et des non-conformités liées à la programmation de la station.

Le CRTC reconnaît que la station connaît des difficultés financières, mais affirme que les autres stations jazz canadiennes qui se sont trouvées dans une situation similaire ont plutôt proposé d'exploiter un format musical non spécialisé, tout en continuant d'accorder une certaine place au jazz. De plus, la décision note que le titulaire est en situation de non-conformité quant à certains éléments de sa programmation, par exemple en ce qui concerne le pourcentage de musique vocale de langue française qu'il diffuse, de même que le nombre de pièces jazz.

Enfin, le Conseil affirme que la transformation de Planète Jazz en station à prépondérance verbale aurait pu nuire à une station, elle aussi verbale, que s'apprête à lancer TTP média à Montréal sur la bande AM et qui a été autorisée avant la demande de conversion déposée par RNC Média.

Rappelons que l'ADISQ avait déposé un mémoire dans lequel elle plaidait pour le maintien du caractère musical de la station.

LE CRTC SÉVIT POUR NON-CONFORMITÉ : CKOI-FM MONTRÉAL A UNE LICENCE ÉCOURTÉE.

Le 16 octobre dernier, le CRTC a procédé au renouvellement de la licence de la station CKOI-FM Montréal pour une période de trois ans plutôt que sept. L'organisme de réglementation a notamment jugé que la station montréalaise n'avait pas diffusé un niveau suffisant de pièces musicales canadiennes aux heures de grande écoute, soit 30,7 % plutôt que la proportion minimale de 35 % requise.

Conformément à son approche relative au traitement des cas de non-conformité des stations de radio, le CRTC a estimé qu'un renouvellement abrégé était nécessaire afin d'évaluer, à plus brève échéance, le rendement de CKOI-FM, et ainsi s'assurer de l'état de conformité de la station à l'égard de ses conditions de licence et du Règlement sur la radio.

Rappelons qu'en mai 2012, l'ADISQ avait soumis une intervention au CRTC dans le cadre d'un processus public visant à évaluer la demande de renouvellement de licence de CKOI-FM Montréal. Après avoir pris connaissance des résultats d'infraction de la station relativement au niveau de contenu canadien diffusé au cours de la période analysée par le Conseil, l'ADISQ avait recommandé au CRTC d'accorder un renouvellement de licence pour une période écourtée.

RÉGLEMENTAIRE

LISTE COMPLÈTE DES INTERVENTIONS DE L'ADISQ EN AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES, 2012-13

Stations de radio 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.

- **09-08-2012** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-372 portant sur les demandes de renouvellement de licence des stations de radio commerciale CFIX-FM Chicoutimi, CIMF-FM Gatineau, CJMV-FM Val-d'Or et CJMM-FM Rouyn-Noranda.
- **05-04-2013** – Intervention de l'ADISQ en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-105 portant sur le renouvellement des licences de radiodiffusion des stations de radio commerciale programmation de radio commerciale CIMO-FM Magog, CJAD-AM Montréal, CHOM-FM Montréal et CJFM-FM Montréal.

Services de télévision traditionnels et spécialisés

Objectif télévision traditionnelle : 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.

Objectif services spécialisés : 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.

- **03-07-2012** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Appel aux observations sur l'ouverture du genre musical de musique populaire à la concurrence, et sur les conditions de licences normalisées pour les services canadiens concurrents de catégorie C spécialisés dans le genre de musique populaire (avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-246).
- **07-08-2012** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'appel aux observations sur l'exemption de l'obligation de détenir une licence pour les services de catégorie B spécialisés et de télévision payante dont la clientèle est limitée et sur des modifications à l'Ordonnance d'exemption relative à certaines entreprises de télévision en langues tierces (avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-368).
- **27-02-2013** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-19 portant sur les demandes de distribution obligatoire sur les systèmes de distribution par câble et par satellite en vertu de l'article 9(1)h) de la Loi sur la radiodiffusion et demandes de renouvellement de licence des services indépendants de la télévision traditionnelle, payant et spécialisée, notamment ARTV, TV5 et ACCENTS.

Suite… >

Entreprises de radio et de télévision

- **09-08-2012** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-370, article 1 portant sur la demande de BCE inc. (BCE), au nom d'Astral Media inc. (Astral) et ses filiales de radiodiffusion autorisées, afin d'obtenir l'autorisation de modifier le contrôle effectif d'entreprises de radiodiffusion afin qu'il soit exercé par BCE.
- **21-09-2012** – Observations finales de l'ADISQ soumises au CRTC dans le cadre de la demande de BCE inc. au nom d'Astral Media inc. afin d'obtenir l'autorisation de modifier le contrôle effectif d'entreprises de radiodiffusion afin qu'il soit exercé par BCE (avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-370-2).
- **05-04-2013** – Intervention de l'ADISQ en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-106 concernant une demande d'Astral Media inc. (Astral) en vue d'obtenir l'autorisation de modifier le contrôle effectif de ses entreprises de radiodiffusion, qui serait exercé par BCE inc.
- **15-05-2013** – Observations finales de l'ADISQ soumises au CRTC dans le cadre d'une demande d'Astral Media inc. en vue d'obtenir l'autorisation de modifier le contrôle effectif de ses entreprises de radiodiffusion, qui serait exercé par BCE inc. (avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-106-1).
- **05-10-2012** – Intervention de l'ADISQ soumise au CRTC en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-379 portant sur le renouvellement de licence des services de langue française et de langue anglaise de la Société Radio-Canada.
- **11-12-2012** – Observations finales de l'ADISQ soumises au CRTC dans le cadre du processus de renouvellement de licence des services de langue française et de langue anglaise de la Société Radio-Canada (avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-379-3).

BUDGET QUÉBÉCOIS 2013-2014 : LE SECTEUR DE LA MUSIQUE EN ATTENTE.

Le ministre des Finances Nicolas Marceau a déposé le 20 novembre 2012 le budget 2013-2014 du gouvernement du Québec, marqué par le retour à l'équilibre budgétaire et des coupes dans plusieurs secteurs. Le ministère de la Culture et des Communications, en revanche, a vu son budget augmenter de 2,1 %, portant à 1 % sa part des dépenses totales de programmes du gouvernement.

Malheureusement, ni ce budget ni les crédits budgétaires qui ont été rendus publics au début de décembre n'ont confirmé à l'industrie de la musique que les sommes supplémentaires promises à son secteur lors de la campagne électorale, notamment par le biais d'une augmentation de huit millions dollars du financement de la SODEC, seront bel et bien versées. Depuis, l'ADISQ poursuit donc ses représentations pour s'assurer que des sommes supplémentaires à la hauteur des années passées soient versées à notre industrie.

À tout le moins, pas de coupes

Bien que l'ADISQ ait plaidé pour un investissement public plus important en faveur de l'industrie musicale, elle a été soulagée de constater que le budget de la culture avait, à tout le moins, échappé aux coupes.

Notons que le budget contient par ailleurs une mesure fiscale visant à encourager la participation culturelle des jeunes. En effet, le ministre a annoncé l'instauration d'un crédit d'impôt remboursable pour les activités physiques, artistiques et culturelles des jeunes de 5 à 16 ans. Ce crédit d'impôt correspondra à 20 % des frais admissibles jusqu'à concurrence de 500 $ par enfant. Il sera mis en place graduellement sur une période de cinq ans, au terme de laquelle la mesure coûtera à l'État 35 millions de dollars annuellement.

REDEVANCES MÉCANIQUES : ENTENTE ENFIN CONCLUE ENTRE L'ADISQ ET LA SODRAC.

Après plus de six ans de négociation et de litiges, les parties en sont venues à une entente, au cours de la dernière année, sur les redevances mécaniques à être versées par les membres de l'ADISQ pour la reproduction d'œuvres du répertoire de la SODRAC sur phonogramme et sur vidéogramme.

La nouvelle entente prévoit, entre autres, une diminution du taux de la redevance mécanique (en CD comme en DVD) de 0,091 $ à 0,086 $ et incorpore une exemption de paiement de redevance sur une portion des *free goods*. Les maisons de disques réclamaient depuis de nombreuses années de la SODRAC qu'elle reconnaisse la fragilité et la nouvelle réalité de la vente des enregistrements sonores et des DVD au Québec.

L'entente, valide pour les années 2012 à 2014 inclusivement, fait suite à des années de négociation et à une foule de procédures entamées devant la Commission du droit d'auteur, en arbitrage et devant la Cour supérieure. Elle met ainsi fin aux nombreuses procédures intentées devant les tribunaux, règle le passé et fixe des conditions plus réalistes pour le futur de la production musicale québécoise.

ENTENTE COLLECTIVE DU PHONOGRAMME S'APPLIQUANT AUX MUSICIENS : L'HEURE EST À LA MÉDIATION.

L'ADISQ est actuellement en médiation avec la Guilde des musiciens et l'Union des artistes (UDA) en vue de régler les différends qui opposent les parties sur l'entente collective du phonogramme s'appliquant aux musiciens et autres artistes-interprètes. Les parties espèrent que ces processus leur permettront bientôt d'en arriver à des accords.

Dans l'intervalle, les conditions minimales négociées à la fin des années 1990 continuent de s'appliquer pour le « phonogramme sonore fabriqué et vendu au détail », mais aucune norme n'est encore établie pour les artistes dont les services sont retenus par un producteur pour l'enregistrement d'un titre ou d'un album numérique. En outre, plusieurs de ces conditions sont, au fil du temps, tombées en désuétude. Il faut savoir qu'avec les pertes de revenus que l'industrie continue de subir, depuis plus de 10 ans, et l'évolution des façons de faire des artistes et des producteurs, le renouvellement d'ententes collectives signées dans les années 1990 pose d'importants défis aux associations qui les négocient.

Rappelons qu'à l'automne 2011 et à l'hiver 2012, la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine désignait, à la demande de l'ADISQ et de ses vis-à-vis, deux médiateurs : l'un dans le dossier du renouvellement de l'entente collective du phonogramme applicable depuis 1996 aux musiciens, l'autre dans celui de l'entente applicable depuis 1997 aux artistes-interprètes représentés par l'UDA.

Au cours de la dernière année, des comités de travail composés de membres et de représentants du personnel de l'ADISQ ont participé à une trentaine de séances de médiation pour renouveler ces conditions, sans compter leur implication à de nombreuses rencontres et consultations préalables.

CONTROVERSE SUR LE STATUT DE L'ARTISTE SALARIÉ

La Cour suprême du Canada a récemment refusé d'autoriser une demande de l'ADISQ et de ses partenaires d'infirmer un jugement rendu par la Cour d'appel du Québec, en novembre 2012, quant au statut de certains artistes. Dans cette décision, la Cour d'appel avait jugé que la législation sur le statut de l'artiste (LSA), en vertu de laquelle le milieu culturel négocie des ententes collectives pour des artistes travailleurs autonomes, pouvait aussi, dans certaines circonstances, s'appliquer à des salariés.

L'ADISQ et d'autres organismes du milieu, dont l'APFTQ et TUEJ, auraient souhaité que la Cour suprême, au contraire, rétablisse ce que le milieu avait toujours compris, à savoir que cette législation ne s'applique qu'à des travailleurs autonomes. En laissant entendre que certains artistes auraient la possibilité de cumuler les statuts de « travailleur autonome » et de « salarié », le jugement de la Cour d'appel a suscité bien des questions dans le milieu. Au lendemain de ce jugement, certains ont prétendu qu'un artiste assujetti à une entente collective de la LSA pouvait désormais revendiquer le statut de « salarié » selon d'autres lois du travail, ou encore qu'un artiste salarié, qui n'a jamais été visé par une entente de la LSA, pouvait en revendiquer l'application.

À la lumière de la jurisprudence majoritaire, plusieurs soumettent aujourd'hui que la Commission des relations du travail (CRT), le tribunal spécialisé ayant la compétence exclusive d'interpréter la LSA, rétablira que cette législation ne s'applique qu'à des travailleurs autonomes. La CRT pourrait éventuellement, en effet, être appelée à trancher des litiges particuliers à ce sujet.

Rappelons qu'un artiste salarié bénéficie déjà de protections législatives, d'où le fait, selon la compréhension de l'ADISQ, qu'il n'est pas visé par la LSA. Cette protection comprend notamment les minima fixés par la Loi sur les normes du travail, laquelle ne s'applique pas aux prestataires de services.

PRODUCTEUR OU DIFFUSEUR ? UNE SAGA QUI NE VEUT PAS MOURIR.

On l'avait crue close à jamais, on avait tort. Malgré le jugement rendu au printemps 2012 par la Cour supérieure dans la controverse qui a cours depuis des années quant aux statuts respectifs des producteurs et des diffuseurs de spectacles… la saga continue.

Le 26 avril 2012, dans un jugement fort attendu, la Cour supérieure avait confirmé la décision unanime de la Commission des relations du travail (CRT) de ne pas déclarer « producteurs » des diffuseurs de spectacles lorsque leur rôle consiste à acheter un spectacle « clé en main » pour l'inclure à leur programmation, et ce, que le spectacle soit produit par une entreprise de production ou par un artiste-producteur. Or, ce jugement n'a pas freiné les élans procéduraux de l'Union des artistes (UDA) et de la Guilde des musiciens et musiciennes, qui demandent aujourd'hui à la Cour d'appel d'annuler en partie ce jugement ainsi que la décision de la Commission des relations du travail qu'il a confirmé.

Suite… >

Dans leurs nouvelles procédures, les syndicats allèguent que la CRT aurait erré en déclarant « producteurs » de leur spectacle des artistes en développement ou peu connus, alors qu'elle n'aurait pas erré en déclarant que des artistes à succès le sont. Or, dans tous les cas, le rôle des festivals a été le même.

Des procédures coûteuses et improductives

Cette saga judiciaire remonte à 2006 et on estime à plus d'un million de dollars les sommes qui y ont été englouties.

Une étape importante semblait avoir été franchie en 2010, alors que la CRT, après une vingtaine de journées d'audience et la réception d'une preuve gigantesque, avait confirmé que les diffuseurs n'étaient pas visés par les ententes collectives découlant de la législation sur le statut de l'artiste (LSA) lorsque leur rôle consiste à accueillir un spectacle produit par un tiers, que ce tiers soit ou non un artiste lui-même. La requête dont avait été saisie la CRT faisait suite à des griefs de l'UDA soutenant que les festivals Coup de cœur francophone, Festival International de Jazz de Montréal et FrancoFolies de Montréal avaient agi comme « producteurs » de l'ensemble des spectacles inclus à leur programmation et qu'ils devaient notamment conclure, avec chacun des artistes impliqués, le contrat type de l'entente collective UDA-ADISQ et verser à l'UDA des cotisations et des contributions.

Malheureusement, en 2011, malgré la cinquantaine de grands noms de la chanson et d'artistes de la relève ayant signifié à l'UDA être d'accord avec les critères énoncés par la CRT, le syndicat demandait à la Cour supérieure d'annuler la décision du tribunal spécialisé.

La Cour supérieure donne raison à la CRT

À l'instar de ces artistes, la Cour, sous la plume de l'Honorable juge David R. Collier, devait constater le bien-fondé du sens donné par la CRT au mot « producteur », alors que l'interprétation que l'UDA voulait lui donner aurait semé de la confusion en désignant plusieurs intervenants différents « producteurs » : celui qui produit le spectacle et les diffuseurs qui l'accueillent.

Soulignons que les artistes ayant participé aux spectacles « en litige » n'ont pas été désavantagés – économiquement ou autrement – par rapport aux artistes ayant participé aux autres spectacles. Aussi, ils n'ont pas eu de moins bonnes conditions d'accueil de leur production dans les festivals intimés qu'ailleurs, bien au contraire. Les festivals intimés constituent des vitrines permettant à leurs spectacles de circuler ailleurs que dans les bars ou les réseaux alternatifs de diffusion.

Point de vue que l'UDA et la Guilde refusent toujours farouchement d'admettre et contestent aujourd'hui en Cour d'appel.

Toujours deux positions opposées

Les festivals intimés et les regroupements qui les soutiennent, l'ADISQ, FEQ, RÉMI, RIDEAU et TUEJ, sont convaincus que ce que recherche l'UDA ne ferait qu'ajouter des barrières à l'entrée des diffuseurs ouverts à programmer des spectacles d'artistes de la relève ou en émergence, en plus de semer le chaos sur le rôle et les responsabilités de chacun. Outre la fierté de partager la découverte, ces spectacles n'offrent pas d'avantages aux diffuseurs qui, s'ils devaient les produire, ne les incluraient plus dans leur programmation. Aussi, ne sachant rien du contexte entourant leur préparation et leur représentation, il serait impossible pour eux de produire les spectacles qu'ils accueillent.

De son côté, l'UDA semble penser qu'il serait plus facile que les diffuseurs assument le rôle de « producteur » des spectacles d'artistes de la relève ou en émergence que de convaincre ces artistes de respecter ses ententes collectives. Pourtant, plusieurs artistes autoproducteurs les respectent, et ce, non seulement à l'égard des artistes qu'ils engagent, mais aussi à leur propre égard.

Suite… >

Dans bien des cas toutefois, il est vrai que plusieurs artistes autoproducteurs ne voient pas facilement l'intérêt d'assujettir leur spectacle aux ententes collectives découlant de la LSA. C'est pourquoi, en novembre dernier, l'ADISQ et ses partenaires ont proposé à l'UDA, moyennant la simple suspension de ses procédures contre les festivals en Cour d'appel, de travailler de concert avec elle pour promouvoir, auprès des artistes autoproducteurs, les avantages d'appliquer ses ententes collectives.

Contre toute attente, l'UDA a refusé.

Encore devant le juge

Devant les tribunaux, l'UDA refuse donc toujours de reconnaître la réalité de l'autoproduction. En pratique cependant, elle invite les artistes autoproducteurs à lui verser les déductions et les contributions qu'un producteur lui verserait, ou à adhérer aux ententes collectives qu'elle a conclues avec l'ADISQ, avec TUEJ ou avec d'autres associations de producteurs.

Depuis le début de cette affaire déjà vieille de sept ans, les festivals reconnaissent avoir produit certains spectacles et avoir assumé leurs obligations envers leurs créateurs et interprètes conformément à la LSA. Pour les autres spectacles, cette responsabilité incombait à leur producteur. Dans tous les cas, les festivals ont acquitté leurs responsabilités financières et contractuelles.

Durant toutes ces années, les festivals intimés, l'ADISQ et leurs partenaires auraient souhaité consacrer tout leur temps, toutes leurs énergies et toutes leurs ressources à des dossiers favorisant l'épanouissement des artistes québécois qui, pour continuer à se démarquer sur nos scènes, font face à des défis toujours plus importants.

Hélas, la saga continue – et son coût ne cesse de croître.

Issu à signaler

RELATIONS DE TRAVAIL

En 2012-2013, l'ADISQ a offert :

- des formations aidant les producteurs à mieux comprendre le régime québécois de relations de travail en vigueur dans le milieu culturel, et à se familiariser davantage avec les ententes collectives et contrats types applicables lors de la production de spectacles de musique et de variétés à la scène, de disques et d'enregistrements connexes ;
- un service téléphonique continu de renseignements généraux sur ses ententes collectives et de soutien dans la résolution de réclamations ou de griefs ;
- des représentations, au nom de la collectivité qu'elle représente, auprès de différentes instances, dont le ministère de la Culture et des Communications, la CRT et des arbitres de griefs ;
- du soutien dans la gestion des obligations de ses membres en santé et sécurité du travail, en collaboration avec le Centre patronal en santé et sécurité du travail (CPSST) dont l'ADISQ fait partie.

À L'ÉCOUTE DES BESOINS DE L'INDUSTRIE : UNE TRENTAINE DE NOUVELLES FORMATIONS EN 2012-2013.

Les professionnels de l'industrie musicale ont été servis, cette année, en matière de formation. En effet, une trentaine de toutes nouvelles formations ont été offertes par l'ADISQ au cours des 12 derniers mois, en plus de celles déjà offertes au cours des années précédentes.

Le marketing et la promotion web, les médias sociaux, les droits et le cloud musical, le cloud pour entreprises, le référencement, les relations de travail dans le secteur de l'enregistrement sonore et du spectacle, la gestion des ressources humaines, les métiers d'agent de spectacle et d'agent de promotion, le financement des entreprises et la fiscalité, les droits d'auteur et les sociétés de gestion, ainsi que les rapports SoundScan sont quelques-uns des sujets qui ont été abordés au cours de l'année.

La liste ci-contre énumère l'ensemble des formations offertes cette année.

On trouvera tous les renseignements sur les sessions à venir au adisq.com.

Suite… >

Le programme de formation de l'ADISQ en 2012-2013

- Soundscan et BDS : comprendre ces services
- Rdio
- Le programme de crédits d'impôt remboursables pour la production de spectacles
- Le programme de crédits d'impôt remboursables pour la production d'enregistrements sonores
- Le crédit d'impôt remboursable pour la production d'enregistrements sonores et la production de spectacles – Revenu Québec
- TPS-TVQ pour petites et moyennes entreprises
- La fiscalité des entreprises incorporées
- Introduction à l'infonuagique
- Introduction à Google Apps (Messagerie et Collaboration) (Cliniques personnalisées)
- Introduction à Force.com (Applications personnalisées) (Cliniques personnalisées)
- Introduction à Amazon Web Services (Infrastructure virtuelle et hébergement/ diffusion de médias numériques) (Cliniques personnalisées)
- Maximiser le référencement de tous vos outils numériques
- 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 le droit 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
- Applications pratiques découlant de la Loi sur le droit d'auteur, relatives à la production, entre autres, de DVD musicaux
- Approche pratique des sociétés de gestion
- L'impact du Projet C-11 sur les entreprises de production d'enregistrements sonores
- Les droits d'auteur dans le Cloud Musical
- Re:Sound; son rôle, ses fonctions
- Les ententes collectives de la musique et des variétés
- Règles de base en relations de presse
- Mieux comprendre et utiliser les médias sociaux
- Services de musique en ligne ; où mettre ses énergies ?
- Comment attirer, motiver et fidéliser son personnel
- Devenez un gestionnaire heureux et compétent
- Les outils de la négociation
- Enfin des réunions productives
- Processus d'embauche ou d'embûches ?
- Mesures disciplinaires et non-disciplinaires
- Utilisation des médias sociaux et d'Internet à des fins personnelles en milieu de travail

GALA DE L'ADISQ : ENCORE UNE FOIS, UNE GRANDE CÉLÉBRATION DE LA MUSIQUE.

Animé par Louis-José Houde, le Gala de l'ADISQ a été présenté le 28 octobre au Théâtre St-Denis et diffusé en direct à la Télévision de Radio-Canada. Dans le cadre de cette soirée, l'ADISQ a remis 11 Félix artistiques et un Félix Hommage, tout en mettant l'accent sur les artistes qui ont marqué le paysage musical de la dernière année. Cette grande fête de la musique a rejoint plus d'un million de personnes (1 149 000 téléspectateurs), ce qui équivaut à une part de marché de 30%.

Rappelons que le Gala de l'ADISQ est le point culminant de la « Semaine de toutes les musiques », qui s'est ouverte cette année le 22 octobre avec le Gala de l'Industrie et L'Autre Gala.

L'Autre Gala a eu lieu au Théâtre St-Denis et était animé pour une première fois par Les Denis Drolet. Lors de cette cérémonie diffusée en simultané sur les ondes de Musique Plus et de MusiMax, l'ADISQ a procédé à la remise de 23 Félix artistiques tous styles confondus, allant du Classique au Hip-Hop, en passant par le Country et l'Humour.

Enfin, le Gala de l'Industrie, où Claudine Prévost a procédé pour une sixième année consécutive à la remise des Félix industriels, a eu lieu le 24 octobre au Club Soda de Montréal. L'ADISQ y a récompensé 23 artisans, producteurs et professionnels de l'industrie québécoise de la chanson, du spectacle et de l'humour.

Suite... >

Les galas de l'ADISQ permettent à de nombreux artistes établis et de la relève de briller de tous leurs feux lors de prestations musicales riches en émotions. Cette année, le Gala comportait les performances de : Susie Arioli, Marie-Pierre Arthur, Sophie Beaudet, Cœur de pirate, France D'Amour, Galaxie, Laurence Jalbert, Lisa LeBlanc, Salomé Leclerc, Les Trois Accords, Patrice Michaud, Ariane Moffatt, Fred Pellerin, Marie Denise Pelletier, Ingrid St-Pierre, Mara Tremblay et Vincent Vallières. L'Autre Gala présentait quant à lui les prestations de Canailles, Catherine Major, Kain et Koriass.

SiriusXM était au rendez-vous, encore cette année, à titre de grand partenaire du Gala de l'ADISQ et présentateur du vote populaire Interprètes et Groupe de l'année. Se sont ajoutés cette année aux commanditaires du Gala de l'ADISQ Ernest et Bell, ce dernier à titre de présentateur du vote pour la Chanson populaire de l'année.

Suite… >

« Je réalise que ça prend plusieurs années avant de se sentir bien à l'animation d'une telle soirée. C'est toujours aussi stressant mais pourtant, à chaque fin de Gala, j'ai encore plus envie de recommencer l'année suivante. »

– Louis-José Houde

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut : Louis-José Houde ; Cœur de pirate ; Jordan Officer, Suzie Arioli, Renée Martel, Patrick Norman, Mara Tremblay et Les Trois Accords. Ensuite, Marie Denise Pelletier, Laurence Jalbert et France D'Amour ; Ariane Moffat, Marie-Pierre Arthur, Olivier Langevin, Vincent Vallières ; Fred Pellerin ; ainsi qu'Ingrid St-Pierre, Sophie Beaudet, Lisa LeBlanc, Salomé Leclerc et Patrice Michaud.

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

Nouvelle application du Gala de l'ADISQ

Le Gala de cette année aura été l'occasion du lancement d'une nouvelle application conçue pour iPhone, iPad, iPod Touch, appareils Android et BlackBerry. Cette application permet, par quelques clics, de connaître les artistes en nomination aux prochains galas de l'ADISQ et donne un accès direct à l'achat de billets de spectacles ou d'albums de ces artistes. L'application permet aussi de voter pour les catégories soumises au vote populaire sur le site de Radio-Canada et, le soir du Gala, de connaître les gagnants en temps réel.

Offerte gratuitement, l'application a été conçue par la firme Greencopper, avec le soutien de la SODEC.

« C'est un beau défi pour nous de mêler notre humour à une telle soirée. Notre but est simple : faire de L'Autre Gala un événement si mémorable que, l'an prochain, on puisse obtenir une nomination dans la catégorie Meilleur gala. »

– Les Denis Drolet

Près de 300 nominations

Vaste opération de promotion collective s'étendant sur plusieurs mois, les Galas de l'ADISQ ont procédé cette année à 290 nominations honorant 126 artistes et plus de 95 producteurs et professionnels. L'ADISQ a observé cette année une légère hausse des produits albums et spectacles recensés en vue de ses galas. Ainsi, ce sont plus de 315 produits qui ont été soumis au recensement qui se terminait le 31 mai dernier 2012, comparativement à 278 produits l'année précédente. De ces produits, on compte, entre autres, 194 albums, 62 spectacles et 43 vidéoclips.

Rappelons qu'il existe plusieurs modes pour déterminer les nominations et les gagnants des Félix, selon la nature des catégories. Pour certaines catégories de Félix, les nominations et les gagnants sont déterminés par des jurys spécialisés, dont les membres sont sélectionnés en fonction de leurs connaissances approfondies des secteurs concernés ; pour d'autres catégories, on procède par un vote de l'Académie, qui regroupe plus de 700 personnes. L'Académie est constituée des compagnies membres de l'ADISQ (chacune représentée par deux délégués), par les jurés ainsi que par les directeurs musicaux des stations de radio commerciales de langue française inscrites au magazine LE Palmarès.

De gauche à droite en commençant par la rangée du haut : Catherine Major, Les Denis Drolet (les animateurs de la soirée), Julie Lamontagne, Kain, Lisa LeBlanc, Koriass, Canailles.

Ce vote de l'Académie, combiné à un vote du public effectué en parallèle, détermine les nominations et les gagnants des catégories soumises au vote populaire, soit Interprète féminine et masculin, Groupe et Chanson de l'année.

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, permettant à ses membres de s'assurer que la réglementation soit vraiment représentative de l'industrie. Voici un sommaire des principales modifications à la réglementation adoptées en vue des galas de 2012 :

- le vote de la catégorie Vidéoclip se fait maintenant par un jury spécialisé et non plus par l'Académie ;
- la catégorie Jazz Interprétation accepte maintenant les produits d'autres langues ;
- les dates de recensement de la catégorie Chanson populaire de l'année sont les mêmes que pour tous les autres produits recensés ; le recensement pour cette catégorie se termine donc désormais le 31 mai et non plus le 15 août ;
- la catégorie Pop-Rock est éliminée et la catégorie Adulte contemporain est créée ; la catégorie Folk contemporain sera renommée « Folk » ;
- un nouveau Félix est créé, soit la catégorie Album de l'année – Choix de la critique, catégorie jugée par un jury sur le seul critère de la qualité artistique de l'album (texte, musique, arrangements) ; il s'agit de la seule catégorie Album où les chiffres de ventes ne sont pas pris en considération. Sont admissibles les albums francophones ou instrumentaux, de création originale, qui sont en nomination dans l'une ou l'autre des catégories Albums ou dans les catégories industrielles reliées à un album.

« Le Gala de l'Industrie c'est le lancement officiel de la semaine des Galas de l'ADISQ. Tout le monde est fébrile et heureux de retrouver ses collaborateurs. On échange autour d'un verre avec chanteurs, artisans et producteurs mais surtout, on célèbre les plus belles réalisations de l'année. Tous se réjouissent pour l'autre. Le Gala de l'Industrie est le petit frère rebelle de L'Autre Gala. »

– Claudine Prévost

DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

B2B MUSIQUE ET TECHNOLOGIES : UN MARIAGE QUI S'ANNONCE FRUCTUEUX.

Le 11 juin dernier 2012, à l'initiative de Musicaction, 10 maisons de disques ont participé à une opération de réseautage où leurs représentants ont pu rencontrer, dans une atmosphère conviviale et détendue, ceux de 11 entreprises de TI.

Ce premier 5 à 7/barbecue, qu'on pourrait qualifier d'opération de *speed networking*, a connu un franc succès. Selon la vingtaine de professionnels qui y ont pris part, ce type d'événement mérite d'emblée d'être organisé de nouveau.

Organisée en collaboration avec l'ADISQ et l'Alliance numérique, l'initiative s'inscrit dans le cadre du programme visant le développement des marchés numériques géré par Musicaction. L'un des objectifs du programme est de favoriser la création de projets qui dureront dans le temps et bénéficieront à l'ensemble ou à un segment important de l'industrie musicale d'ici.

L'ADISQ ÉTAIT PRÉSENTE À L'ÉDITION 2013 DU MIDEM, À CANNES

L'ADISQ a assuré une fois de plus la présence des entreprises québécoises à la 47e édition du MIDEM, à Cannes, qui avait lieu du 26 au 29 janvier 2013. Encore une fois, le stand du Québec était situé au deuxième étage du Palais des festivals, sous la bannière Musique du Québec, dans la section Riviera. Le stand avait un accès direct à l'extérieur du palais et bénéficiait d'une terrasse privée. Cette opération s'adressait à tous les producteurs québécois, membres de l'ADISQ ou non.

Le MIDEM, foire internationale de l'industrie de la musique, est un événement axé sur le nouvel écosystème de cette industrie. Faisant appel à une technologie de pointe, il comprend un salon d'échange, des conférences, des événements de réseautage et des performances d'artistes. C'est l'endroit où les producteurs de musique, les artisans et les artistes s'unissent pour enrichir la relation passionnée qui existe entre le public et la musique. Avec plus de 7000 participants, le MIDEM constitue l'une des plus importantes manifestations en son genre à l'échelle internationale, et demeure le rendez-vous privilégié des entreprises de l'industrie du disque du monde entier.

Pour leur édition 2013, les organisateurs du MIDEM avaient structuré leur programmation autour des principaux axes suivants :

- Musique – le cœur de l'industrie musicale
- Technologie – les startups et développeurs d'applications
- Marques – les marques et les agences de communication

Les entreprises québécoises étaient présentes au MIDEM 2013 grâce à la participation de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC). Leur présence était aussi soutenue par le ministère du Patrimoine canadien.

CONCERTATION POUR LE SPECTACLE : LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION SE POURSUIT.

La table des producteurs et des agents de spectacles membres de l'ADISQ s'est de nouveau réunie, en début d'année 2013, pour faire le point sur certains projets – réalisés et à développer – de son plan d'action pour le spectacle.

C'est ainsi qu'avec FEQ et la SATQ, l'ADISQ instaurera de nouvelles initiatives pour sensibiliser les diffuseurs corporatifs et événementiels à l'importance de faire affaire avec le producteur du spectacle, notamment pour éviter qu'un intermédiaire lui vende une représentation plus cher sans lui offrir de plus-value. De plus, en accueillant le spectacle d'un producteur membre de l'ADISQ, les diffuseurs peuvent obtenir l'assurance, entre autres, que les conditions de travail et de rémunération du personnel artistique du spectacle respectent les ententes collectives découlant de la législation québécoise sur le statut de l'artiste.

Avec RIDEAU et ses réseaux de diffusion, l'ADISQ compte continuer de développer et de participer à des activités ou rencontres favorisant la concertation et les meilleures pratiques entre producteurs, agents et diffuseurs de spectacles. L'actualisation du modèle de contrat d'accueil de spectacle ADISQ-RIDEAU sera également en chantier.

Enfin, d'autres rencontres et une formation professionnelle dédiée aux producteurs et à leurs agents de spectacles seront créées, ainsi qu'une « Foire aux questions » promouvant les pratiques exemplaires entre producteurs, agents et diffuseurs.

PREMIÈRE NUIT BORÉALE : LE QUÉBEC PRÉSENT À LA FÊTE DE LA MUSIQUE À PARIS.

Une foule de Parisiens a assisté à la première édition de l'événement Nuit boréale qui s'est tenue aux Invalides, le 21 juin 2012, dans le cadre de la Fête de la musique. Ce rendez-vous musical a permis aux artistes Catherine Major, Jérôme Minière, Digits et Julie C de livrer en plein air une prestation remarquée.

En marge de cette soirée de concert, une activité de réseautage a été organisée au Centre culturel canadien afin de mettre en contact les professionnels français, québécois et canadiens de l'industrie la musique. Une importante délégation de professionnels québécois et canadiens a ainsi eu l'occasion de développer des liens d'affaires avec des professionnels de l'industrie française.

Nuit Boréale vise à faire entendre et connaître des talents de chez nous au public parisien et aux professionnels français, dans une optique de développement des marchés et d'exportation.

Cet événement est une initiative conjointe de l'ADISQ et de CIMA, et a été appuyé par Musicaction, la SODEC et FACTOR, ainsi que par l'Ambassade du Canada, le Centre culturel canadien et la Délégation générale du Québec à Paris.

LES PROFESSIONNELS DU SPECTACLE PEUVENT-ILS MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE ? UN ATELIER POSE LA QUESTION.

À l'automne dernier, une centaine de membres de l'ADISQ et de RIDEAU ont réfléchi à des façons de favoriser la collaboration entre les professionnels du spectacle, dans le cadre d'un atelier intitulé « Oser le risque ? Oui, mais pas seul ! ». Cet échange était organisé à l'occasion des assemblées générales annuelles de leurs associations.

L'atelier était plus particulièrement orienté autour des questions suivantes :

- comment chacun des partenaires, qu'il soit artiste, gérant, producteur, agent, distributeur ou diffuseur, définit-il et assume-t-il sa part de risque pour favoriser la rencontre avec le public ?
- quels outils mettre en place pour évaluer ce risque et favoriser des partenariats gagnants ?

L'atelier faisait suite à l'initiative ADISQ-RIDEAU « Prête-moi tes outils », en février 2012, qui leur avait permis de partager des solutions pour mieux développer les clientèles et renouveler le public, promouvoir et mettre en marché le spectacle, maximiser les investissements promotionnels, déterminer le prix, la valeur et la mise en vente de billets, développer des relations d'affaires plus harmonieuses et trouver une rentabilité acceptable pour tous.

Parmi leurs conclusions, les participants ont convenu de la nécessité d'être plus ouverts, transparents et créatifs dans leurs relations d'affaires, et d'adopter des pratiques pour que le spectacle québécois puisse faire contrepoids aux moyens dont dispose l'offre étrangère.

L'ADISQ compte poursuivre son travail pour atteindre ces objectifs avec ses membres, RIDEAU et ses réseaux de diffusion, ainsi qu'avec ses partenaires publics et privés, conformément à son plan d'action pour le spectacle.

RENCONTRES DE L'ADISQ : UNE JOURNÉE RICHE EN ÉCHANGES ET EN DÉBATS !

Les Rencontres de l'ADISQ, le grand rendez-vous annuel de notre industrie musicale, étaient de retour au Marché Bonsecours, dans le Vieux-Port de Montréal, le 4 avril dernier. Reprenant une formule concentrée établie il y a deux ans, les Rencontres se déroulaient sur une seule journée et ont été suivies par la traditionnelle Soirée des Prix Rencontres.

Chaque année depuis 18 ans, l'événement réunit des professionnels du monde de l'enregistrement sonore, du spectacle et de la radio, du Québec mais aussi d'ailleurs, afin de prendre le pouls des tendances de l'industrie. L'événement constitue également une opportunité de partager ses succès, ses projets et ses interrogations avec ses pairs et avec des experts venus présenter leurs propres expériences sur la création, la production, la diffusion et la vente de la musique aujourd'hui.

Les idées se bousculent !

Afin de stimuler la réflexion, la programmation de cette année s'est articulée autour des quatre ateliers suivants :

1. « Montréal » : un levier pour notre musique ?
Prenant pour point de départ le documentaire From Montréal, qui s'intéresse à l'émergence et au rayonnement d'un « son » propre à la métropole, cet atelier était l'occasion d'une réflexion sur « Montréal » comme levier de promotion des artistes québécois à l'étranger.

2. Single, remix… mais encore ?
Alors qu'un peu partout dans le monde les détaillants numériques expérimentent avec succès de nouvelles façons de promouvoir le produit musical, tel que le single et le remix, on en cherche encore la manifestation au niveau des ventes des albums québécois. Les participants à cet atelier ont pu faire le point sur l'état d'avancement de l'industrie québécoise en matière de promotion numérique.

3. Faiseur d'images ou faiseur d'artistes?
Dans cet atelier, des publicistes et développeurs de marques sont venus expliquer ce qu'ils peuvent enseigner à l'industrie de la musique, et des acteurs de premier plan dans l'industrie ont raconté leur propre expérience.

4. Qui est le consommateur de musique aujourd'hui?
Les participants à cet atelier ont pu prendre connaissance et réagir à une étude du Fonds RadioStar, réalisée en 2012, qui abordait les perceptions qu'ont les Québécois des artistes établis ou émergents, leurs motivations à acheter ou à bouder tel produit, leurs habitudes de consommation du disque, du spectacle et d'autres produits.

En commençant par la rangée du haut, de gauche à droite: Mitsou Gélinas et Marina Orsini (animatrices de la soirée), les Soeurs Boulay, la troupe de Star Académie, Éli et Papillon, David Kusek, Canailles, Émilie Lévesque, les conférenciers du premier atelier: Alexandre Vigneault, Sébastien Nasra, Louis-Jean Cormier, Gourmet Délice et Ian Ilavsky.

Rencontre avec un faiseur de tendances: David Kusek

L'un des moments forts des Rencontres de 2013 a été sans contredit l'allocution du conférencier, auteur et pionnier de la musique numérique, David Kusek. Cet innovateur de premier plan est associé principal chez Digital Cowboys et a également créé et dirigé Berkleemusic.com, le pendant web du prestigieux Berklee College of Music, à Boston, dont il a d'ailleurs été le vice-président. Auparavant, il s'était fait connaître pour avoir contribué au développement de la technologie MIDI (Musical Instrument Digital Interface), avoir été le co-inventeur des premières batteries électroniques Synare, et avoir fondé Passport Designs, la toute première entreprise dans le domaine des logiciels musicaux. En 2005, il a cosigné le best-seller The Future of Music: Manifesto for the Digital Music Revolution.

Une soirée consacrée à la reconnaissance

Animée pour une deuxième année par Mitsou Gélinas et Marina Orsini, la Soirée des Prix Rencontres, qui venait clore les Rencontres 2013, a donné l'occasion aux professionnels de l'industrie musicale de reconnaître le travail de leurs pairs.

Au cours de cette soirée, l'ADISQ a procédé à la remise des prix radios récompensant les directeurs de programmes, les directeurs musicaux et les stations de radio communautaires, universitaires et collégiales s'étant le plus illustrés de février 2012 à février 2013. L'ADISQ récompensait aussi, pour une deuxième fois, l'animateur ou le chroniqueur culturel de l'année. On a également récompensé la chaîne de magasins et les magasins de disques s'étant démarqués en 2012. Plusieurs prix artistiques ont également été remis aux produits s'étant illustrés sur les Palmarès des ventes tant physiques que numériques ou sur les ondes radio.

La Soirée des Prix Rencontres a également été l'occasion d'apprécier les performances musicales d'Émilie Lévesque, d'Éli et Papillon, des Sœurs Boulay et du groupe Canailles.

RETOUR SUR LES RENDEZ-VOUS DE L'ADISQ

L'ADISQ a produit à nouveau cette année deux Rendez-vous fort appréciés.

Le premier, réalisé en juin 2012 en collaboration avec les FrancoFolies de Montréal et intitulé « Producteur ou diffuseur ? La réponse des tribunaux est claire », a fait le point sur un débat qui a cours depuis plusieurs années dans le monde du spectacle.

Le second, qui s'est tenu en décembre dernier, comportait deux parties. La première portait sur les médias sociaux et les bénéfices de leur effet viral pour les entreprises. Dans la seconde partie, il a été question de ce qui est acceptable ou non dans l'utilisation des médias sociaux et de l'Internet à des fins personnelles en milieu de travail.

NOUVEAU : LE PROGRAMME PRIVILÈGE ADISQ

L'ADISQ a présenté cette année à ses membres son nouveau programme Privilège. Celui-ci accorde des rabais intéressants chez différents partenaires, en plus des avantages habituellement reliés au membership à l'ADISQ.

Ainsi, au moment du renouvellement de son membership, une carte Privilège ADISQ ainsi qu'une liste de partenaires participants sont envoyées aux premier et deuxième représentants de l'entreprise. Il suffit aux membres de présenter cette carte chez les différents partenaires afin de profiter d'offres avantageuses. La liste des partenaires est appelée à s'enrichir au fil du temps.

INFORMATIONS

LES PRINCIPAUX OUTILS DE COMMUNICATION AVEC LES MEMBRES DE L'ADISQ

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.

Le Mensuel
Publié chaque mois, ce bulletin électronique permet à l'ADISQ d'informer le milieu des multiples actions qu'elle déploie dans les différents secteurs où elle est active. On trouve aussi dans le Mensuel la rubrique Veille industrielle, qui comprend des nouvelles nationales ou internationales ayant retenu l'attention au cours des derniers mois. Le Mensuel comporte en outre un calendrier des activités de l'ADISQ, l'AgendADISQ, de même que la chronique En mouvement, qui fait état des promotions, nominations et changements de carrière dans l'industrie.

L'AgendAdisq
Maintenant publié à l'intérieur du Mensuel, ce calendrier de premières de spectacles, lancements d'albums et événements de presse est aussi un outil qui appuie l'industrie dans la planification et la promotion de ces événements.

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.

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'ADISQ EN 2012-2013

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
Eli Bissonnette
Dare To Care Records

Vice-présidente, Spectacle
Geneviève Touchette
Audiogram

Vice-président, Vidéo
André Picard
Productions Juste pour rire II

Secrétaire
Georges Tremblay
DEP Distribution Exclusive

Trésorier
Raymond DuBerger
Disques Artic

Administrateurs

François Bissoondoyal
L'Équipe Spectra

Sandy Boutin
Festival de musique émergente

Benoît Clermont
Productions J

Pierre Gladu
Instinct Musique

Stéphanie Moffatt
Mo'Fat Management

Sébastien Nasra
Avalanche Productions

Jean-François Renaud
Concertium

L'ÉQUIPE DE L'ADISQ

Solange Drouin
Vice-présidente aux affaires publiques et directrice générale

Lyette Bouchard
Directrice générale adjointe

Gala et communications

Julie Gariépy
Productrice exécutive et directrice des galas de l'ADISQ

Valérie Roy
Coordonnatrice aux communications

Nicole Lalonde
Coordonnatrice aux inscriptions-événements

Kathy Leclerc
Coordonnatrice

Laurie Cloutier
Adjointe aux communications

Affaires réglementaires et recherche

Annie Provencher
Directrice des affaires réglementaires et de la recherche

Geneviève Grimard
Analyste principale, Affaires réglementaires et recherche

Marie-Julie Desrochers
Analyste, Affaires réglementaires et recherche

Alexandra Gendron-Deslandes
Commis à la recherche et à la saisie de données

Relations de travail

Stéphanie Hénault
Directrice des relations de travail

Sophie Hébert
Conseillère aux relations de travail

Simon Prud'homme
Agent aux relations de travail

Administration

DanyElle Taupier
Contrôleure

Natalie Chevrier
Comptable

——

David Lefebvre
Coordonnateur du Palmarès et support T.I.

Marie-Sophie Villeneuve
Coordonnatrice à la formation et aux Rendez-vous de l'ADISQ

Anne-Marie Lanthier
Coordonnatrice au membership et à l'administration

Julie Péloquin
Secrétaire réceptionniste

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

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

adisq.com

Tous droits réservés.
© 2013 – 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