



# L'industrie canadienne de la musique

Profil économique 2005







# L'industrie canadienne de la musique

Profil économique 2005



---

## Au sujet du Profil économique 2005

Le présent document constitue le deuxième profil économique annuel de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, que le ministère du Patrimoine canadien a élaboré. Il contient de l'information à propos des marchés canadiens et internationaux de l'enregistrement sonore et des redevances des droits d'auteur dans le domaine musical au Canada.

Le ministère du Patrimoine canadien aimerait remercier Paul Spendlove d'avoir rédigé ce profil.

Il tient également à remercier :

- Mary Ann Fulop (contrôleuse des services financiers, Société canadienne des compositeurs, auteurs et éditeurs de musique du Canada)
- Vanessa Thomas (directrice générale, Nielsen Music, Nielsen Home Entertainment)
- Al Mair (président, MHL Communications)
- Jennifer Hardy (gestionnaire des services administratifs, Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement)

Pour toute question au sujet de ce document ou suggestion en ce qui concerne le contenu de la prochaine édition, veuillez communiquer avec :

Pierre Lalonde  
Directeur  
Politique et Programmes de l'enregistrement sonore  
Ministère du Patrimoine canadien  
15, rue Eddy, 6<sup>e</sup> étage, pièce 123  
Gatineau (Québec) K1A 0M5  
Téléphone : (819) 953-6756  
Courriel : Pierre\_Lalonde@pch.gc.ca

Ce document est également affiché sur le site Web du ministère du Patrimoine canadien à l'adresse suivante :  
[http://www.pch.gc.ca/pc-ch/pubs/esm-srm\\_f.cfm](http://www.pch.gc.ca/pc-ch/pubs/esm-srm_f.cfm)

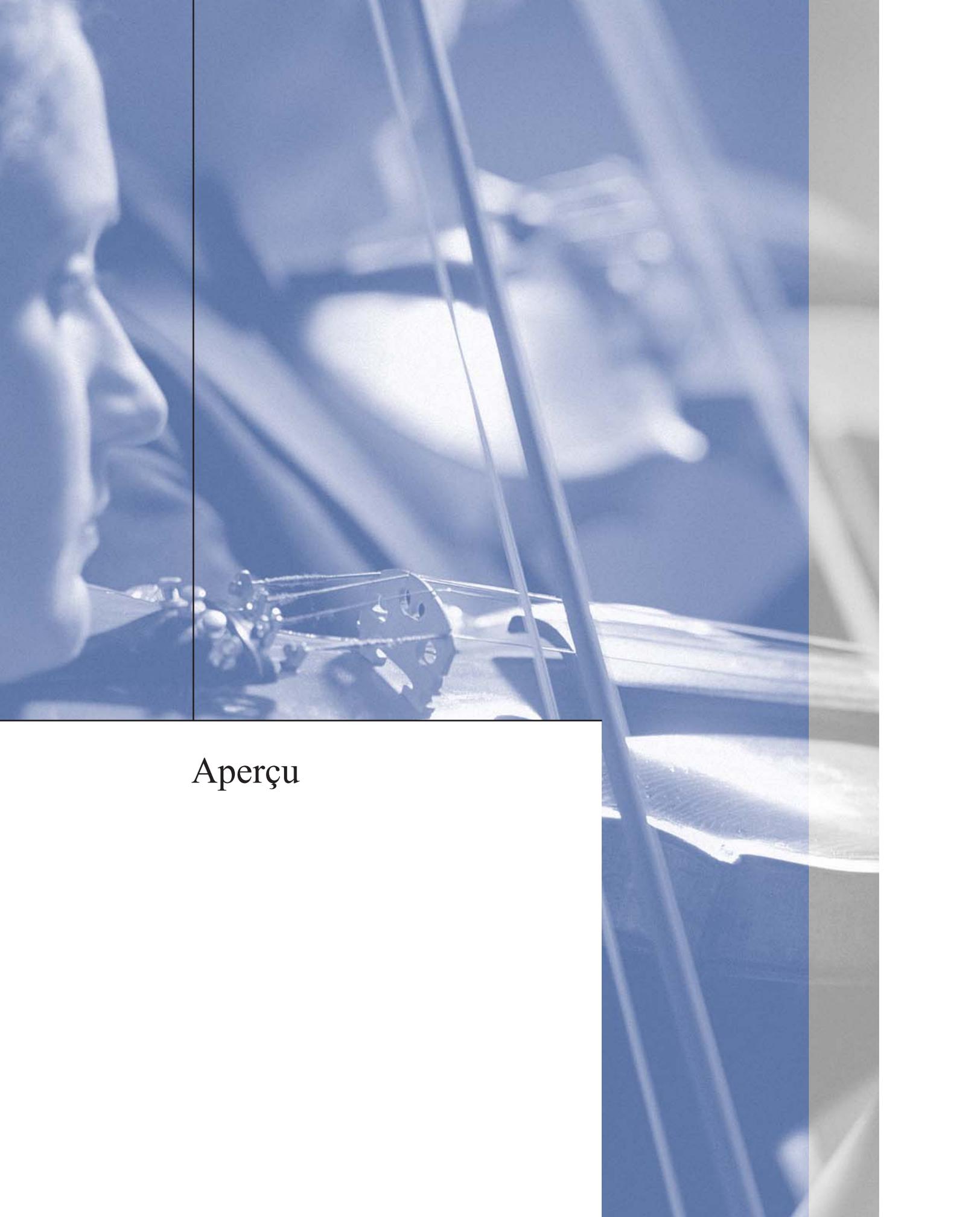
---

## Table des matières

Aperçu .....	4
I – Le marché canadien .....	6
Palmarès des 2000 plus grands succès au Canada .....	7
Téléchargement et nouvelles technologies .....	9
Nouveaux enregistrements d’artistes canadiens .....	9
Répartition selon le genre – nouveaux albums et ventes .....	10
Où se vend la musique .....	10
Disques or et platine, et autres statistiques de la CRIA sur les certifications .....	12
Entreprises canadiennes .....	12
II – Le consommateur canadien de musique .....	16
Habitudes d’écoute .....	16
Habitudes d’achat .....	17
Musique sur Internet .....	18
Représentations musicales devant public .....	19
III – Le marché international .....	22
Ventes et tendances du marché à l’échelle mondiale .....	22
L’industrie canadienne de la musique sur la scène internationale .....	23
IV – Droits d’auteur musicaux au Canada .....	26
La composition et l’édition de musique au Canada .....	26
Sociétés canadiennes de gestion des droits d’auteur .....	26
SOCAN .....	26
La CMRRA et la SODRAC .....	29
SCPCP .....	30
Notes .....	31







Aperçu



# Aperçu

L'industrie canadienne de la musique amorçait une reprise en 2004, les ventes unitaires d'enregistrements sonores au Canada ayant augmenté de 3 % par rapport à l'année précédente. Seulement deux autres grands marchés internationaux ont réalisé un tel gain. L'augmentation a toutefois été accompagnée de réductions de prix répandues dans le commerce de détail, de sorte que la valeur des ventes a baissé de 4,7 %; il s'agissait de la sixième année consécutive ayant accusé une baisse.

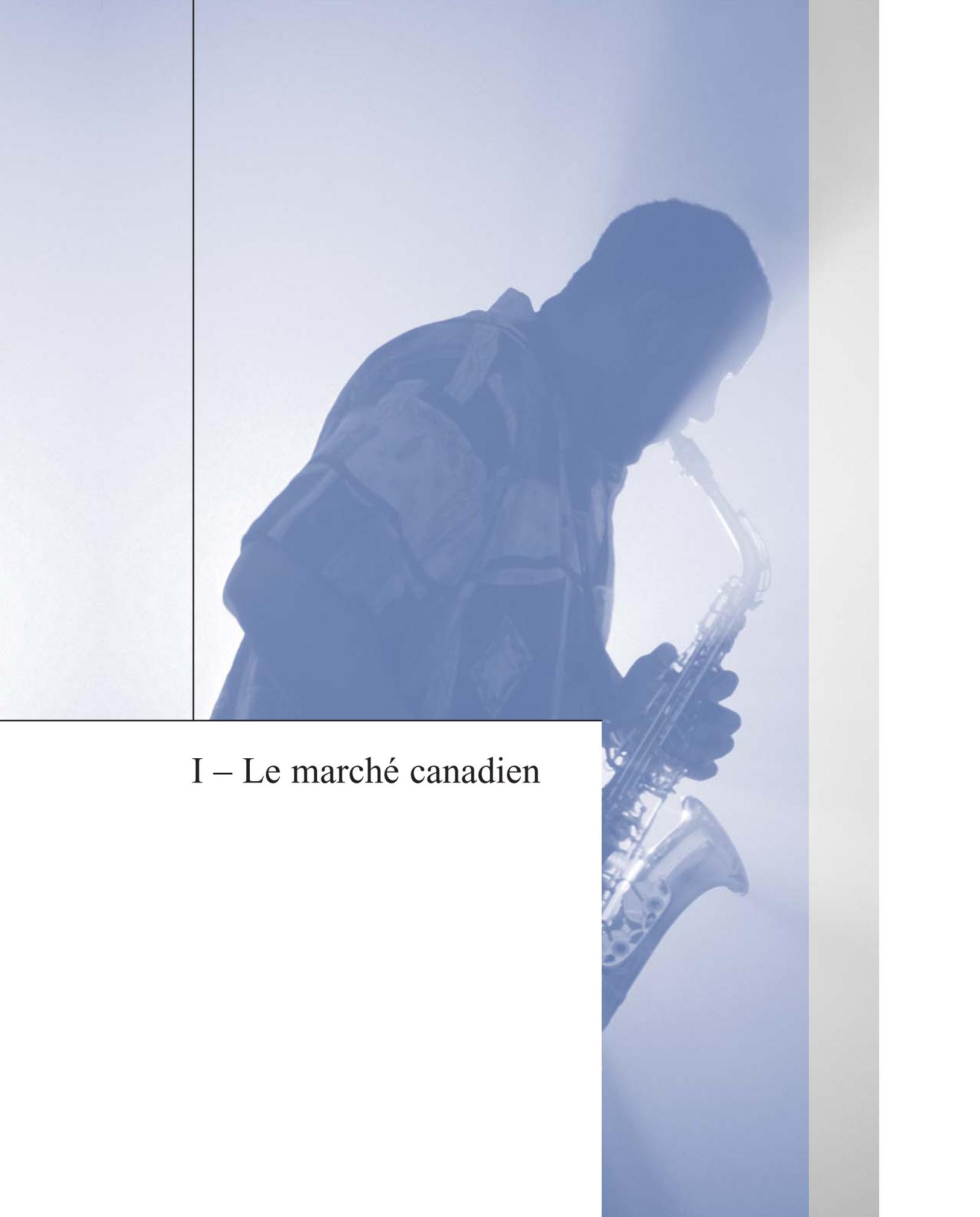
Malgré la tendance générale, les artistes canadiens ont vu leurs ventes augmenter depuis 2001. Les ventes d'albums canadiens ont augmenté de 6,8 millions d'unités en 2001 à 8,5 millions d'unités en 2004, soit une hausse de 25,3 %<sup>1</sup>. En revanche, les ventes des artistes étrangers ont chuté de 20,2 % sur la même période. Par conséquent, la part des ventes réalisées au Canada revenant aux artistes canadiens a connu une progression remarquable, passant de 16 % en 2001 à 25 % en 2004.

Les premières données sur les ventes du nouveau marché canadien de la musique numérique sont également encourageantes. Les ventes déclarées par trois des quatre services de musique numérique du Canada s'élèvent à 3,9 millions de pistes individuelles et 330 000 albums pendant les dix premiers mois de 2005. Bien que ce dernier chiffre ne représente que 1 % des ventes totales d'albums durant cette période, on prévoit que les ventes augmenteront à mesure qu'un nombre croissant de Canadiens achèteront des lecteurs de musique numérique.

Les consommateurs adolescents sont les plus grands utilisateurs des services de musique numérique, d'après une enquête réalisée en 2005 par le Centre de recherche Décima : 23 % des jeunes de 15 à 20 ans ont acheté de la musique en ligne en 2004-2005, contre 11 % de l'ensemble des Canadiens; les adolescents sont aussi les plus enclins à télécharger gratuitement de la musique.

L'enquête a aussi révélé que 93 % des Canadiens jugent la musique des artistes canadiens égale ou supérieure à celle des artistes internationaux. Encore une fois, la situation varie sensiblement selon le groupe d'âge : 21 % des 15 à 20 ans considèrent que la musique canadienne est supérieure, contre 41 % des 35 à 54 ans.

Le Profil économique 2005 de l'industrie canadienne de la musique reprend de nombreuses sources de données décrivant les tendances de l'industrie au cours des cinq dernières années. Parmi les nouvelles sources figurent le palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan et l'Enquête sur l'enregistrement sonore 2003 de Statistique Canada.



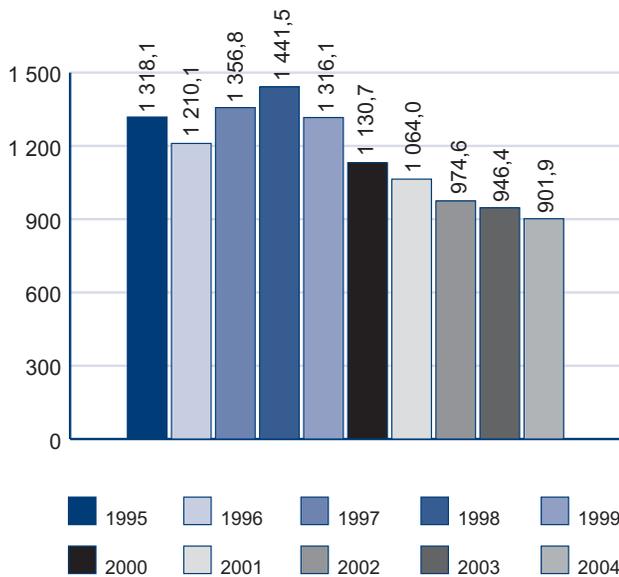
I – Le marché canadien

# I – Le marché canadien

Les ventes au détail d'enregistrements sonores au Canada ont baissé de 4,7 % entre 2003 et 2004, passant de 946,4 à 901,9 millions de dollars. C'est la sixième année consécutive ayant accusé une baisse, et la diminution est plus importante que celle de 2,9 % enregistrée entre 2002 et 2003. Depuis 1999, la valeur au détail du marché canadien des enregistrements sonores a chuté de 31,5 %<sup>2</sup>.

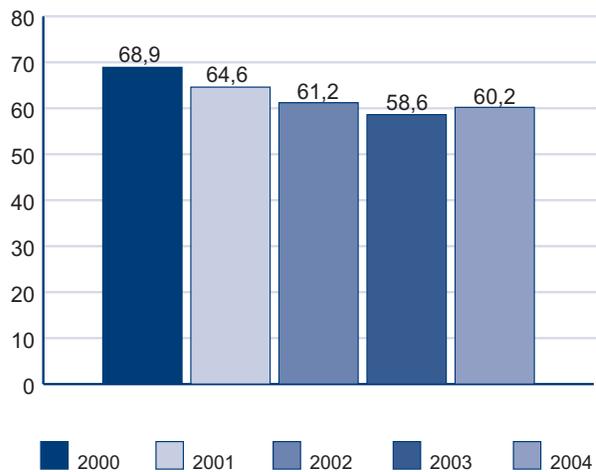
Malgré la baisse de la valeur au détail, les ventes unitaires totales des enregistrements sonores au Canada ont augmenté de 2,7 % l'an dernier, de 58,6 millions d'unités à 60,2 millions. Cette progression a été compensée par les réductions de prix largement pratiquées par les détaillants ainsi que par la baisse des ventes par les clubs de disques. Les mêmes tendances sont évidentes aux États-Unis.

Ventes au détail d'enregistrements au Canada (en millions \$CAN)



Sources : Revue *Music & Copyright*, le 7 juillet 2004; IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005

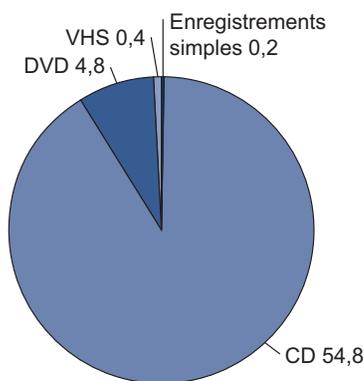
Ventes d'enregistrements au Canada – unités (en millions)



Source : IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005

Les ventes de disques compacts ont augmenté de 3,2 %, de 53,1 millions d'unités à 54,8 millions, et les ventes unitaires de DVD musicaux ont augmenté de 20 %, de 4 millions à 4,8 millions – une augmentation modeste en comparaison du bond de 150 % constaté entre 2002 et 2003<sup>3</sup>. En revanche, les ventes d'enregistrements simples ont chuté de 900 000 à 500 000 unités et les ventes de cassettes VHS musicales ont été réduites de moitié, de 800 000 à 400 000, par suite de la transition aux DVD.

Ventes au détail d'enregistrements au Canada en 2004, selon le support – unités (en millions)



Total 60,2

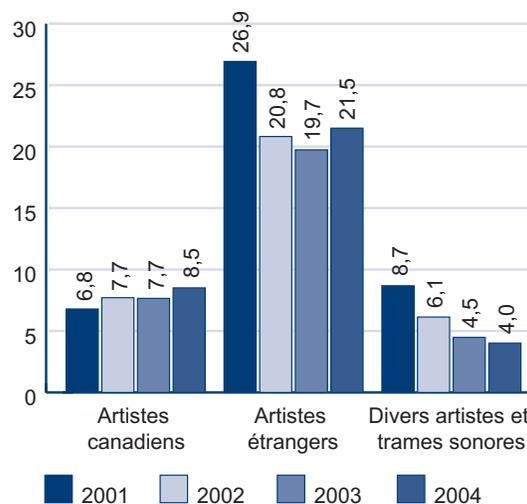
Source : IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005

Note : 3 enregistrements simples = 1 album

En date du 6 novembre 2005, les données de l'année indiquaient que les ventes d'enregistrements sonores étaient inférieures de 0,3 % à celles de la même période en 2004<sup>4</sup>. Les spécialistes ne prévoient pas que le marché canadien des enregistrements sonores remontera avant au moins 2006<sup>5</sup>.

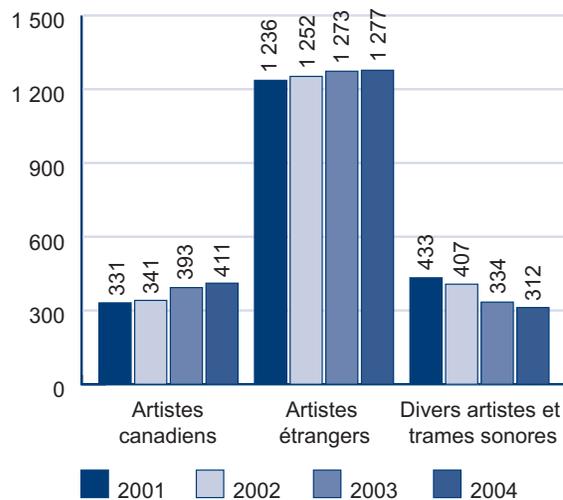
## Palmarès des 2000 plus grands succès au Canada

Palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d'albums au Canada selon la nationalité de l'artiste – unités (en millions)



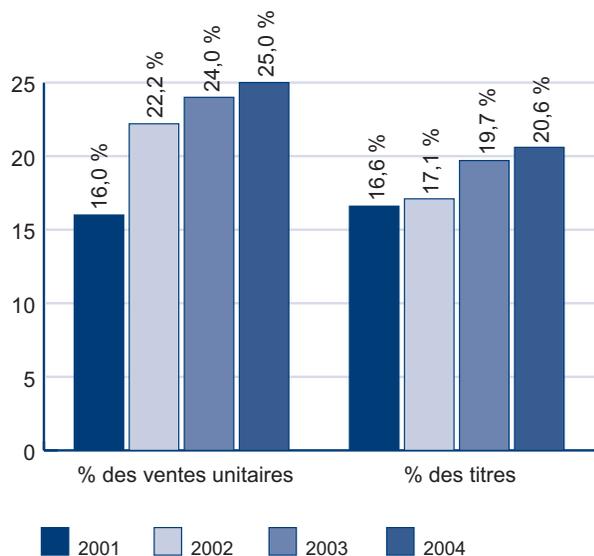
Source : Nielsen SoundScan

Palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d'albums au Canada selon la nationalité de l'artiste – titres



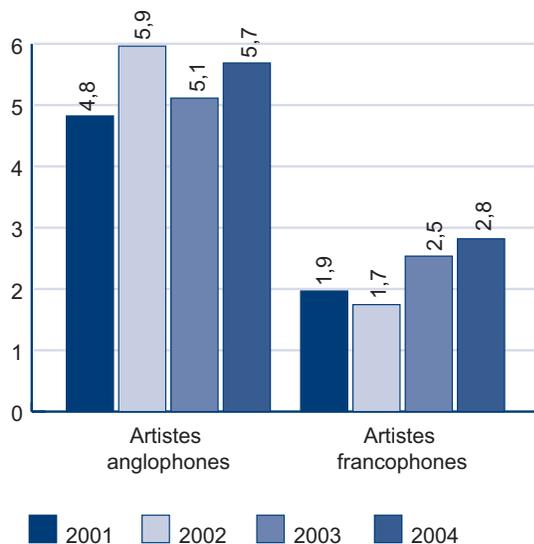
Source : Nielsen SoundScan

Palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan – part de marché des artistes canadiens au Canada



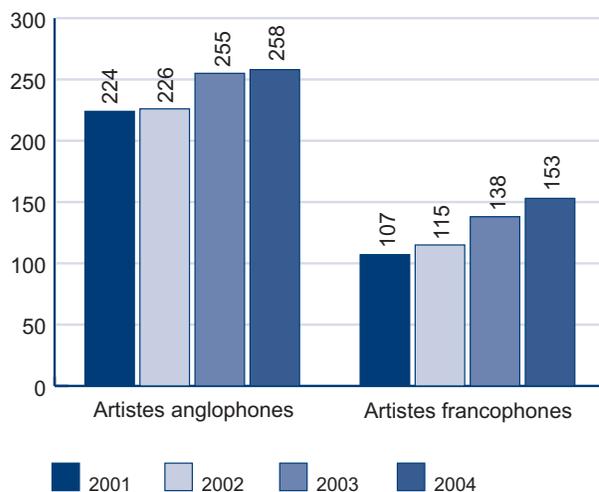
Source : Nielsen SoundScan

Palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d'albums canadiens au Canada selon la langue – unités (en millions)



Source : Nielsen SoundScan

Palmarès des 2000 plus grands succès de Nielsen SoundScan – ventes d'albums canadiens au Canada selon la langue – titres



Source : Nielsen SoundScan

Une analyse des palmarès Nielsen SoundScan des 2000 plus grands succès de 2001 à 2004 permet de dresser un bilan détaillé du marché canadien de la musique. Celui-ci révèle une impressionnante augmentation des ventes d'albums par des artistes canadiens au cours des quatre dernières années<sup>6</sup>.

Les ventes totales des 2000 plus grands succès ont baissé de 42,4 millions d'unités en 2001 à 34 millions en 2004, bien qu'elles aient augmenté de 6,7 % en 2004 par rapport aux 31,9 millions d'unités vendues en 2003. En 2004, les ventes d'albums d'artistes canadiens ont connu une croissance encore plus forte, augmentant de 11,2 % entre 2003 et 2004 – tendance constatée pour les enregistrements tant en anglais qu'en français.

Entre 2001 et 2004, les artistes canadiens ont vu leur part des ventes des 2000 plus grands succès passer de 16 % à 25 % (et de 6,8 millions d'unités à 8,5 millions); leur part des albums figurant au palmarès a augmenté de 16,6 % à 20,6 % (de 331 albums à 411).

Les artistes canadiens francophones ont particulièrement bénéficié d'une augmentation de leur part des ventes d'albums. Sur les 411 albums canadiens au palmarès de 2004, 153, ou 37 % étaient en langue française – contre 32,3 % en 2001. Les ventes d'albums canadiens de langue française ont augmenté de 2 millions d'unités à 2,8 millions sur la même période, soit le tiers des ventes d'albums canadiens figurant au palmarès des 2000 plus grands succès en 2004.

La part accrue des ventes d'albums d'artistes canadiens au sommet des palmarès est également impressionnante. Les ventes des 200 plus grands succès ont baissé de 22 millions d'unités en 2001 à 17,2 millions en 2004, mais les ventes d'albums canadiens de ce groupe ont augmenté de 3,3 millions d'unités en 2001 à 5,2 millions en 2004. La part canadienne des ventes d'albums figurant au palmarès des 200 plus grands succès est ainsi passée de 15,1 % à 30,1 %.

## Téléchargement et nouvelles technologies

Les ventes de téléchargements de musique numérique ne sont pas encore comptabilisées dans les données officielles sur les ventes annuelles. Nielsen SoundScan a seulement commencé à recueillir les renseignements voulus en février 2005; jusqu'à présent, l'entreprise saisit seulement les données de trois des quatre fournisseurs œuvrant au Canada : Puretracks, Napster.ca et iTunes.ca. (Le quatrième fournisseur est Zik.ca, d'Archambault.). Du 9 février au 6 novembre 2005, les Canadiens ont acheté un peu plus de 330 000 albums et presque 4,9 millions de pistes individuelles auprès de ces services. Les téléchargements d'albums représentent environ 1 % des ventes d'albums au Canada pour l'année en cours; le nombre de téléchargements de pistes est particulièrement important par rapport aux ventes d'enregistrements simples en magasin qui ont atteint à peine 500 000 unités en 2004.

Les ventes croissantes de lecteurs de musique numérique (atteignant maintenant une pénétration du marché de 2 %) indiquent que le marché des téléchargements de musique ne peut que se développer. Bien que le téléchargement gratuit soit un phénomène encore très répandu au Canada grâce aux réseaux point-à-point (P2P), les résultats d'enquêtes indiquent que les amateurs de musique plus jeunes achètent de la musique en ligne, ce qui augure bien pour l'avenir à la fois des services de téléchargement et de l'industrie canadienne de la musique<sup>7</sup>.

## Nouveaux enregistrements d'artistes canadiens

### Nouveaux albums lancés par des artistes canadiens – selon la langue

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>En français</b>	205	237	240	224	165
<b>En anglais</b>	1 360	1 539	1 994	2 164	1 888
<b>Total</b>	1 565	1 776	2 234	2 388	2 053

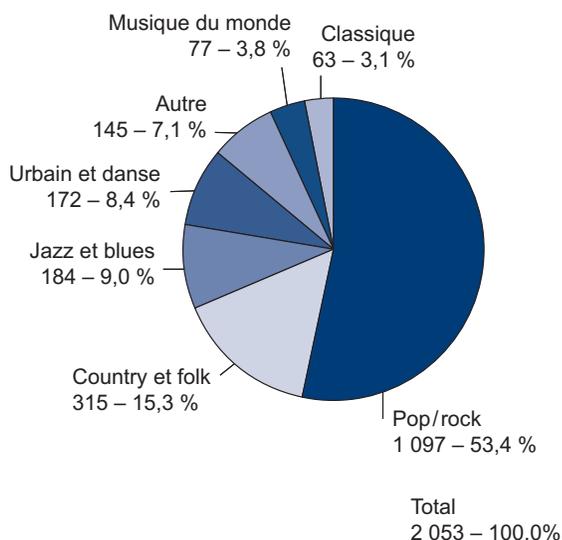
Source : CMID et SOPROQ

Entre 2000 et 2003, le nombre de nouveaux albums canadiens commercialisés chaque année a augmenté de presque 53 %, passant de 1 565 à 2 388<sup>8</sup>. Les albums de langue anglaise ont connu la plus forte croissance, progressant de 60 % entre 2000 et 2003, soit de 1 360 à 2 164. Le nombre de nouveaux albums de langue anglaise a augmenté constamment durant cette période, de 17 % par année en moyenne<sup>9</sup>. Le nombre de nouveaux albums de langue française a quant à lui varié de 200 à 240 par année; les 224 nouveaux albums de 2003 représentaient une baisse par rapport au sommet de 240 de l'année précédente, mais malgré tout, une hausse de 9 % par rapport à 2000<sup>10</sup>.

## Répartition selon le genre – nouveaux albums et ventes

Le décompte des nouveaux albums canadiens commercialisés en 2004 n'est pas final. Les 2 053 albums comptabilisés par les données provisoires se répartissent selon le genre d'une façon analogue à celle des années précédentes<sup>11</sup>. Comme d'habitude, les albums rock et pop dominent le bilan de 2004, avec 53,4 % des nouveautés. Suivent le country et folk (15,3 %), le jazz et blues (9 %), la musique urbaine et *dance music* (8,4 %), la musique du monde (3,8 %) et la musique classique (3,1 %). Les albums des autres genres représentent 7,1 % des nouveautés.

### Nouveaux albums lancés par des artistes canadiens (2004) – Nombre d'enregistrements

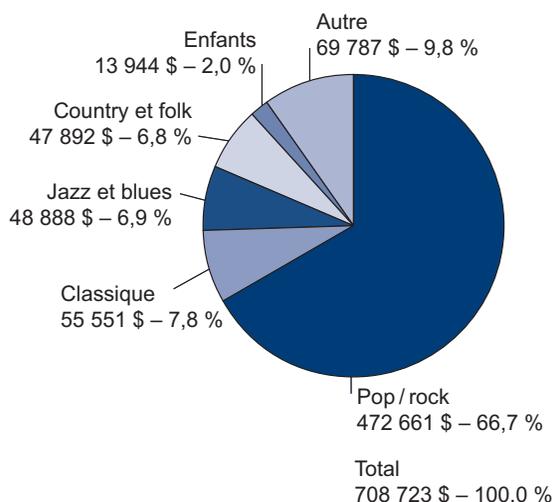


Source : CMID et SOPROQ

L'Enquête sur l'enregistrement sonore 2003 de Statistique Canada présente une ventilation des ventes des enregistrements canadiens selon le genre. Les ventes des albums de musique pop et rock représentent

66,7 % des ventes totales de 709 millions de dollars en 2003; elles ont chuté de 24,1 % de 2000 à 2003, soit de 623 à 473 millions de dollars. Les enregistrements de musique classique équivalent à 7,8 % des ventes totales, le jazz et blues, à 6,9 %, la musique country et traditionnelle, à 6,8 %, les albums pour enfants, à 2 %, et les autres catégories, à 9,8 %.

### Ventes d'enregistrements selon le genre (en millions \$CAN)



Source : Statistique Canada, Enquête sur l'enregistrement sonore 2003

### Où se vend la musique

Les centres urbains dominent les ventes de musique, 15 régions métropolitaines assurant plus de 70 % des ventes d'albums au Canada<sup>12</sup>. Toronto est le premier marché de la musique, avec près de 7,8 millions d'unités vendues l'an dernier, soit 15,6 % des ventes nationales. Montréal suit de près, avec 7,5 millions d'unités et 15,1 % des ventes, devançant Vancouver et Calgary qui assurent respectivement 8 % et 5,2 % des ventes.

### Ventes unitaires d'enregistrements en 2004 – 15 premières régions métropolitaines du Canada

	Ventes unitaires (en milliers)	% des ventes unitaires totales
1 Toronto	7 762	15,6 %
2 Montréal	7 546	15,1 %
3 Vancouver	3 974	8,0 %
4 Calgary	2 612	5,2 %
5 Edmonton	2 525	5,1 %
6 Québec	2 078	4,2 %
7 Ottawa	1 900	3,8 %
8 Hamilton	1 437	2,9 %
9 Winnipeg	1 301	2,6 %
10 London	982	2,0 %
11 Halifax	913	1,8 %
12 Kitchener	909	1,8 %
13 St.Catharines – Niagara	536	1,1 %
14 Gatineau	534	1,1 %
15 Sherbrooke	494	1,0 %
Reste du Canada	14 398	28,9%

Source : Nielsen SoundScan

L'Ontario et le Québec sont largement en tête dans les ventes par province, avec respectivement 37,2 % et 26,1 % du marché. L'Alberta et la Colombie-Britannique représentent respectivement 13 % et 12,8 % du marché<sup>13</sup>.

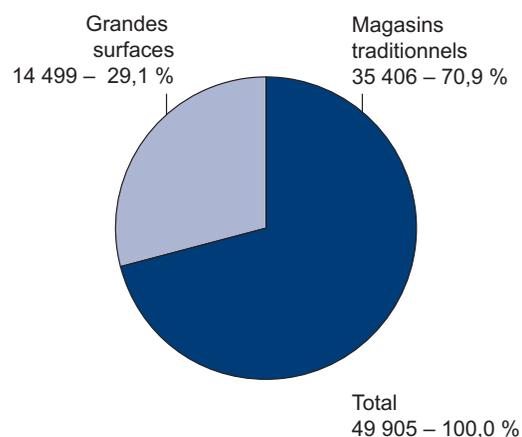
### Ventes unitaires d'enregistrements en 2004 – selon la province

	Ventes unitaires (en milliers)	% des ventes unitaires totales
Ontario	18 545	37,2 %
Québec	13 027	26,1 %
Alberta	6 467	13,0 %
Colombie-Britannique	6 378	12,8 %
Atlantique (T.-N.-L., Î.-P.-É., N.-É.)	1 940	3,9 %
Manitoba	1 449	2,9 %
Saskatchewan	1 241	2,5 %
Nouveau-Brunswick	858	1,7 %
Total	49 905	

Source : Nielsen SoundScan

Alors que les magasins de musique traditionnels continuent d'avoir la préférence des consommateurs canadiens, les marchands de masse sont une importante source de ventes d'enregistrements<sup>14</sup>. En 2004, des grandes surfaces comme Wal-Mart et Future Shop ont assuré 29,1 % des ventes d'albums au Canada, soit 14,5 millions d'unités; les autres 35,4 millions d'unités ont été vendues par les magasins de musique traditionnels<sup>15</sup>.

### Ventes unitaires d'enregistrements en 2004 au Canada – selon le type de magasin



Source : Nielsen SoundScan

## Disques or et platine, et autres statistiques de la CRIA sur les certifications

En 2004, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA) a attribué des certifications or (50 000 unités vendues), platine (100 000 unités) ou diamant (un million d'unités) à 76 albums produits par 59 artistes distincts<sup>16</sup>. La liste comprend 40 albums or (un sommet depuis cinq ans), 35 albums platine et un album diamant. Presque la moitié des albums certifiés ont été commercialisés en 2004.

### Certifications au Canada d'albums d'artistes canadiens (CRIA)

	Or	Platine	Diamant	Total	Artistes
1999	27	41	3	71	56
2000	29	29	2	60	51
2001	24	24	1	49	40
2002	35	35	1	71	54
2003	27	14	1	42	35
2004	40	35	1	76	59

Source : Données de la CRIA compilées par PCH

Parmi les nouveautés de 2004, les plus grands succès sont *Greatest Hits* de Shania Twain (six fois platine), *One Heart* de Céline Dion (trois fois platine) et *Under My Skin* d'Avril Lavigne (trois fois platine). D'autres artistes ont récolté des certifications platine, dont Diana Krall, pour *The Girl in the Other Room* (deux fois platine), Éric Lapointe, pour *Coupable* (une fois platine), et The Tragically Hip, pour *In Between Evolution* (une fois platine). Toujours parmi les nouveautés de 2004, les disques or étaient presque également répartis entre titres français et anglais; on retrouve ainsi, entre autres, Isabelle Boulay (*Tout un jour*), Laurence Jalbert (*Ses plus grands succès*), Sarah Harmer (*All Of Our Names*) et K-OS (*Joyful Rebellion*).

## Entreprises canadiennes

### Nombre d'entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
<b>Catégories</b>	<b>Total</b>	280	331	300
Contrôle	Canadiennes	263	315	287
	Étrangères	17	16	13
Catégories de revenus	< 50 000 \$	142	183	140
	50 000 \$ à 100 000 \$	25	29	34
	100 000 \$ à 1 M\$	72	78	87
	> 1 M\$	41	41	39
Région	Atlantique	13	15	16
	Québec	88	125	128
	Ontario	113	120	105
	Prairies	22	27	20
	Colombie-Britannique	42	41	29
	Territoires	2	3	2

Source : Statistique Canada, Enquête sur l'enregistrement sonore 2003

### Nombre d'employés à temps plein dans les entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
<b>Catégories</b>	<b>Total</b>	2 711	2 591	2 281
Contrôle	Canadiennes	460	578	681
	Étrangères	2 251	2 013	1 600
Catégories de revenus	< 100 000 \$	47	62	64
	100 000 \$ à 1 M\$	125	130	182
	> 1 M\$	2 539	2 399	2 035
Région	Québec	592	639	607
	Ontario	1 981	1 804	1 562
	Colombie-Britannique	112	115	79
	Reste du Canada	26	33	33

Source : Statistique Canada, Enquête sur l'enregistrement sonore 2003

## Marge bénéficiaire des entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
<b>Catégories</b>	<b>Total</b>	14,3	11,9	2,6
Contrôle	Canadiennes	8,3	7,1	0,5
	Étrangères	15,2	12,7	3,2
Catégories de revenus	< 100 000 \$	-21,3	-44,8	-13,2
	100 000 \$ à 1 M\$	6,9	8,0	4,7
	> 1 M\$	14,7	12,4	2,7

Source: Statistics Canada, Sound Recording Survey 2003

Le nombre d'entreprises canadiennes du secteur de la musique recensées dans l'Enquête sur l'enregistrement sonore de Statistique Canada a baissé entre 2000 et 2003. Il en va de même pour les marges bénéficiaires et le nombre d'employés à temps plein de l'industrie. Une modeste augmentation de l'emploi auprès des entreprises sous contrôle canadien est une des bonnes nouvelles de l'enquête de 2003.

Selon Statistique Canada, le nombre d'entreprises de musique canadiennes a baissé de 331 en 2000 à 300 en 2003<sup>17</sup>, la diminution étant presque entièrement attribuable aux entreprises ayant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 000 dollars (passées de 183 en 2000 à 140 en 2003). Les entreprises ayant enregistré un chiffre d'affaires supérieur à 50 000 \$ a toutefois augmenté de 148 en 2000 à 160 en 2003.

Dans la même période, l'emploi à temps plein dans l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore a baissé de 12 %, de 2 591 personnes en 2000 à 2 281 en 2003. Cependant, cette diminution était attribuable uniquement à des entreprises déclarant un chiffre d'affaires supérieur à un million de dollars, dont les effectifs ont baissé de 2 399 personnes en 2000 à 2 035 en 2003. Les entreprises ayant un chiffre d'affaires inférieur à un million de dollars ont en revanche augmenté leurs effectifs, de 192 employés à temps plein en 2000 à 246 en 2003.

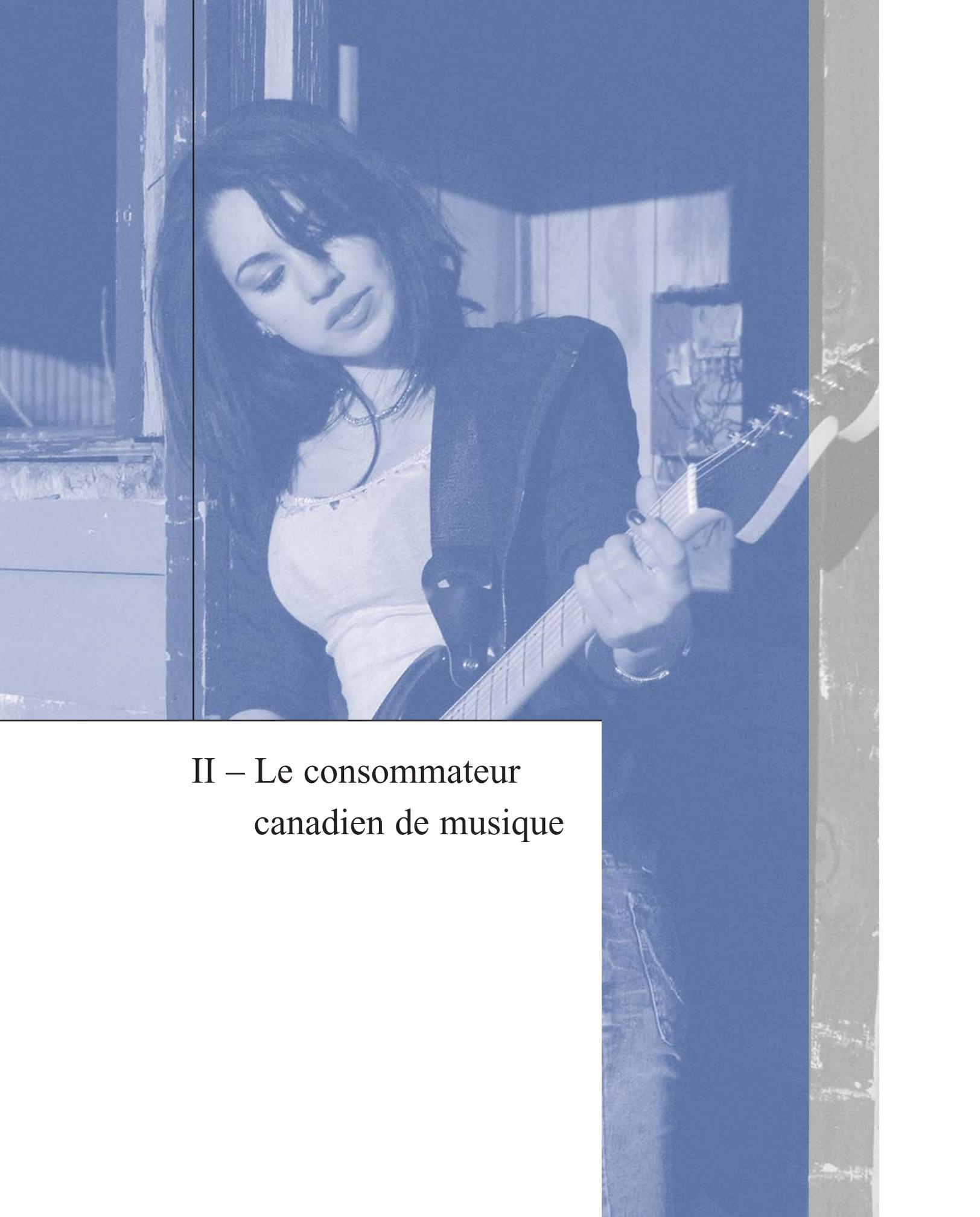
Les entreprises sous contrôle canadien ont aussi déclaré avoir davantage d'employés à temps plein, soit 681 en 2003 contre 578 en 2000. Les entreprises sous contrôle étranger ont réduit leur personnel à temps plein de 20,5 %, soit de 2 013 en 2000 à 1 600 en 2003.

Le nombre de pigistes travaillant dans l'industrie a augmenté de 555 en 2000 à 647 en 2003. L'emploi à temps partiel a baissé légèrement, de 159 employés en 2000 à 150 en 2003.

Entre 2000 et 2003, la marge bénéficiaire globale de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore a baissé de 11,9 % à 2,6 %. Pour les entreprises sous contrôle canadien, malgré une hausse de presque 26 % du chiffre d'affaires, la marge bénéficiaire globale était de 0,5 % en 2003 contre 7,1 % en 2000, les dépenses ayant augmenté davantage que les revenus. Les entreprises sous contrôle étranger ont vu leur marge bénéficiaire baisser de 12,7 % en 2000 à 3,2 % en 2003<sup>18</sup>.







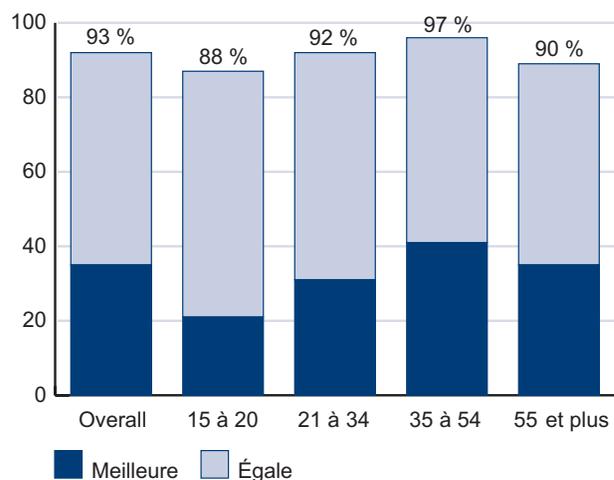
## II – Le consommateur canadien de musique

## II – Le consommateur canadien de musique

Un sondage réalisé en 2005 par le Centre de recherche Décima pour le compte du ministère du Patrimoine canadien permet de mieux comprendre les habitudes d'écoute et d'achat du consommateur de musique canadien, révélant des comportements différents entre les générations<sup>19</sup>. Il confirme aussi la grande appréciation qu'ont les Canadiens des artistes canadiens, 93 % des répondants affirmant que la musique des artistes canadiens est supérieure ou égale à celle des artistes étrangers, résultat conforme à celui d'enquêtes précédentes<sup>20</sup>.

Plus précisément, l'enquête a permis de constater que 35 % de la population en général considère que la qualité de la musique produite par les artistes canadiens est meilleure que celle de la musique des artistes étrangers; 57 % la considère équivalente. Ces opinions varient selon l'âge : les Canadiens de 35 à 54 ans étaient les plus enthousiastes, 41 % d'entre eux jugeant la musique canadienne supérieure et 55 %, égale. En revanche, seulement 21 % des 15 à 20 ans l'estiment supérieure, quoiqu'ils soient seulement 12 % à la considérer inférieure<sup>21</sup>.

Perceptions de la qualité de la musique canadienne



Base : Tous les répondants (n=2 002)

Note : Les chiffres ont été arrondis.

Source : Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

### Habitudes d'écoute

Les adolescents canadiens ont aussi des habitudes d'écoute musicale très différentes de celles de leurs aînés. Bien que les 15 à 20 ans aient tendance à écouter davantage de musique que les groupes plus âgés – environ 26,8 heures par semaine contre la moyenne générale de 18,8 heures, ils sont les moins susceptibles de l'écouter à la radio, le faisant 5,8 heures par semaine alors que la moyenne est de 8,2 heures<sup>22</sup>. Paradoxalement, les personnes de 55 ans ou plus font

presque le tiers de tous les achats de musique au Canada<sup>23</sup>, mais ils passent beaucoup moins de temps à écouter de la musique – 13,1 heures par semaine – que les autres groupes d’âge.

Les adolescents sont par ailleurs les plus enclins à écouter de la musique sur Internet, y consacrant 4,8 heures par semaine, contre 2,5 heures pour le groupe suivant, celui des 21 à 34 ans. Cette tendance semble destinée à se poursuivre, puisqu’une autre étude récente a révélé que les Canadiens de 18 à 34 ans consacrent plus de temps par semaine à Internet qu’à la télévision<sup>24</sup>.

### Nombre moyen d'heures consacrées à l'écoute de musique par semaine

	Total	15 à 20	21 à 34	35 à 54	55 et plus
Radio	8,2	5,8	8,3	9,7	6,9
CD, MP3, Cassettes	6,9	12,8	8,7	6,7	3,7
Télévision	2,2	3,5	2,1	1,9	2,3
Internet	1,4	4,8	2,5	0,7	0,3
Total	18,8	26,8	21,5	19,1	13,1

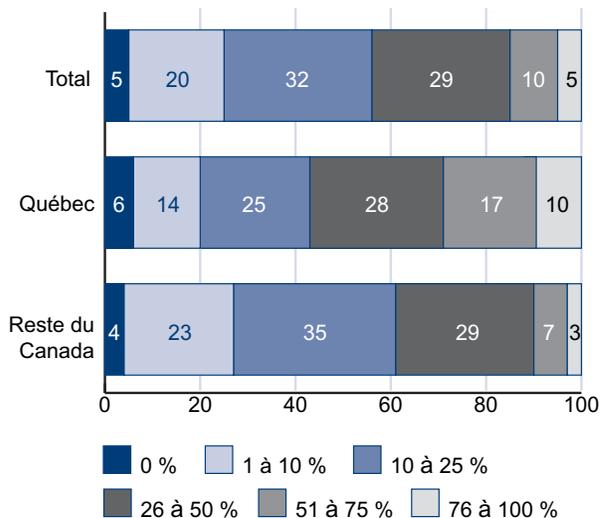
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Note : Les chiffres ont été arrondis.

Source : Sondage d’opinion sur l’industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

Non moins de 95 % des Canadiens écoutent de la musique produite par des artistes canadiens. Pour 15 % de l’ensemble de la population, la musique canadienne occupe plus de la moitié des heures consacrées à l’écoute de musique<sup>25</sup> – c’est le cas pour 27 % des répondants du Québec et 10 % des répondants du reste du Canada.

### Heures consacrées à l'écoute de musique canadienne, par rapport au total des heures d'écoute



Base : Répondants qui écoutent de la musique (n=1 978)

Source : Sondage d’opinion sur l’industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

### Habitudes d'achat

Parmi les personnes qui écoutent de la musique (au moins une heure par semaine, quel que soit le support), 87 % ont acheté au moins un CD dans la dernière année, soit pour elles-mêmes, soit pour une autre personne<sup>26</sup>. Environ les trois quarts des acheteurs de CD ont acheté au moins un CD canadien dans la dernière année, et un peu plus de la moitié ont acheté entre un et cinq CD.

## Achats de CD

	Total	CD canadiens
Aucun	13 %	26 %
1 à 5	32 %	52 %
6 à 10	25 %	12 %
11 à 20	18 %	5 %
21 à 30	6 %	1 %
Plus de 30	6 %	1 %

Base : Répondants qui écoutent de la musique (n=1 978)  
 Source : Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

En comparaison, 41 % des répondants ont indiqué avoir acheté un DVD musical dans la dernière année<sup>27</sup>. Parmi ceux-ci, 16 % en ont acheté un ou deux, 14 % en ont acheté trois à cinq, et 7 % en ont acheté six à 10. Une petite proportion des répondants, 5 %, ont acheté 11 DVD musicaux ou plus dans la dernière année.

## Achats de DVD musicaux

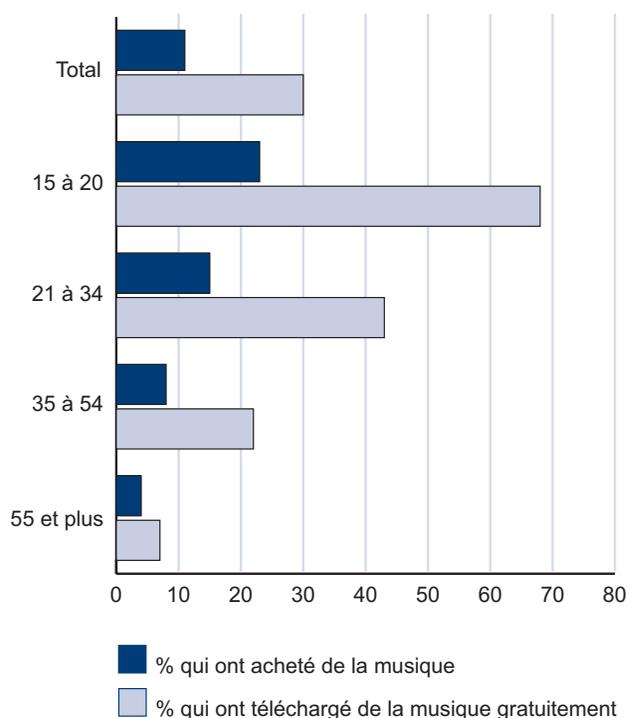
	Total
Aucun	58 %
1 à 2	16 %
3 à 5	14 %
6 à 10	7 %
11 ou plus	5 %

Base : Répondants qui écoutent de la musique (n=1 978)  
 Source : Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

## Musique sur Internet

Malgré l'essor des services musicaux en ligne légaux au cours de la dernière année, les téléchargements gratuits ont éclipsé les ventes en ligne de fichiers musicaux, et ce, dans tous les groupes d'âge. Parmi les répondants disposant d'un accès Internet, 30 % ont dit avoir téléchargé des pistes de musique gratuites, contre 11 % qui en ont acheté en ligne<sup>28</sup>. Les adolescents sont les plus grands adeptes du téléchargement, 68 % des 15 à 20 ans affirmant avoir téléchargé des pistes gratuitement dans l'année écoulée et 23 % ayant fait au moins un achat en ligne.

### Téléchargement de musique à partir d'Internet



Base : Répondants qui ont accès à Internet (n=1 602)  
 Source : Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005

Bien que 64 % des Canadiens possèdent un téléphone cellulaire, les sonneries musicales n'ont pas encore acquis ici la faveur dont elles jouissent en Europe. Seulement 13 % des Canadiens propriétaires d'un téléphone cellulaire ont acheté des sonneries l'an dernier, habituellement cinq ou moins<sup>29</sup>. Les 15 à 20 ans sont encore une fois les plus grands amateurs, près d'un tiers des répondants de ce groupe d'âge ayant acheté au moins une sonnerie dans la dernière année.

---

## Représentations musicales devant public

Deux tiers des Canadiens ont assisté à des représentations musicales au cours de la dernière année; 46 % ont vu de un à cinq concerts; 11 %, de six à 10; et 11 %, plus de 10<sup>30</sup>. Les représentations données par des artistes canadiens représentaient environ trois quarts de tous les concerts.

Environ 29 % des personnes assistant à un concert y ont acheté des CD ou des DVD, et 19 %, d'autres articles connexes au concert<sup>31</sup>. Le montant moyen consacré à des CD ou à des DVD était de 25 dollars, légèrement moins que les 29 dollars consacrés à d'autres articles.







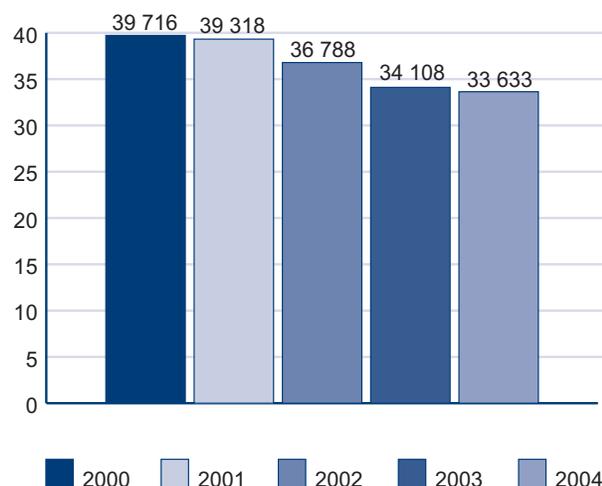
### III – Le marché international

# III – Le marché international

## Ventes et tendances du marché à l'échelle mondiale

La valeur au détail du marché mondial des enregistrements a baissé de 1,3 % en 2004, à 33,6 milliards de dollars<sup>32</sup>, selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI)<sup>33</sup>. Parmi les 10 plus grands marchés au monde, seulement trois – le Canada, les États-Unis et le Royaume-Uni – ont enregistré une hausse des ventes unitaires. Seul le marché des États-Unis, qui représente 36 % du marché mondial, a vu la valeur des ventes augmenter en 2004<sup>34</sup>.

Valeur des ventes mondiales au détail d'enregistrements musicaux – dollars américains constants (en millions)



Source : IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005

Au Royaume-Uni, les ventes unitaires ont augmenté de 3 %, mais la valeur des ventes a baissé de 1,6 %. Le Japon, qui représente 15 % des ventes mondiales, a enregistré une baisse de 1,8 %, ce qui est une amélioration par rapport à la diminution de 9,2 % de 2003. Les pays européens ont de nouveau affiché les plus grandes diminutions parmi les 10 plus grands marchés, à commencer par la France (en baisse de 14,8 %) et l'Espagne (en baisse de 12,5 %).

Classement selon la valeur des ventes au détail d'enregistrements en 2004

2004 Classement	Pays	Valeur (en millions US)	% des ventes mondiales	Variation des ventes unitaires depuis 2003	Variation de la valeur
1	États-Unis	12 153	36,2 %	2,6 %	2,6 %
2	Japon	5 168	15,4 %	-1,7 %	-1,8 %
3	Royaume-Uni	3 509	10,4 %	3,0 %	-1,6 %
4	Allemagne	2 149	6,4 %	-1,4 %	-4,2 %
5	France	1 979	5,9 %	-9,1 %	-14,8 %
6	Australie	717	2,1 %	-6,1 %	-6,1 %
7	Canada	694	2,1 %	2,9 %	-4,7 %
8	Italie	653	1,9 %	-11,7 %	-7,9 %
9	Espagne	573	1,7 %	-17,1 %	-12,5 %
10	Pays-Bas	508	1,5 %	-4,2 %	-7,4 %
Top 10		28 102	83,6 %		

Source : IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005

La valeur des ventes de CD à l'échelle mondiale a diminué de 0,9 % en 2004, les enregistrements simples et les cassettes accusant respectivement des chutes de 15,6 % et de 35,4 %<sup>35</sup>. Les ventes de DVD musicaux sont demeurées vigoureuses malgré un plafonnement par rapport à la croissance exceptionnelle des dernières années. Dans l'ensemble, les ventes de DVD musicaux ont progressé de 23,1 %. Aux États-Unis, qui détiennent 22 % du marché des DVD musicaux, les ventes ont augmenté de 52 %.

Le marché de la musique numérique s'est développé rapidement. À l'échelle mondiale, il y avait 300 services à la mi-2005 contre 60 au début de 2004<sup>36</sup>. Les ventes de pistes simples aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne et en France se sont élevées à 180 millions d'unités au premier semestre de 2005, soit plus de trois fois les 57 millions du premier semestre de 2004. Par ailleurs, si le téléchargement gratuit se poursuit, le nombre de fichiers musicaux accessibles sur des réseaux point-à-point (P2P) est demeuré relativement stationnaire malgré l'essor des services à large bande. En outre, diverses enquêtes indiquent que le nombre d'utilisateurs de services payants est maintenant égal ou supérieur à celui des utilisateurs de réseaux P2P<sup>37</sup>.

### L'industrie canadienne de la musique sur la scène internationale

Comme l'indique la section « Droits d'auteur musicaux au Canada » du présent rapport, les droits d'auteur internationaux perçus par les artistes canadiens ont diminué l'an dernier. Malgré tout, l'augmentation du nombre de certifications obtenues dans deux des trois plus grands marchés internationaux prouve que les artistes canadiens continuent de bénéficier d'une grande visibilité à l'échelle mondiale.

Aux États-Unis, des artistes canadiens ont reçu 11 certifications or et huit certifications platine l'an dernier, soit 19 certifications pour 14 artistes, contre 18 certifications l'année précédente. Shania Twain, Sarah McLachlan, Avril Lavigne et Nickelback ont prolongé leur série de certifications platine. Parmi les disques d'or figurent les albums *Finger Eleven* de Finger Eleven, *Greatest Hits 1994-2004* de Terri Clark et *Rush in Rio* de Rush.

#### Certification aux États-Unis d'albums d'artistes canadiens (RIAA)

	Or	Platine	Total	Artistes
2000	6	5	11	9
2001	7	8	15	12
2002	4	9	13	11
2003	7	11	18	13
2004	11	8	19	14

Source : Données de la RIAA compilées par PCH

Des Canadiens ont aussi reçu huit certifications or et trois certifications platine de la British Phonographic Industry, ces 11 certifications étant un sommet pour les six dernières années. On y retrouve aussi bien des rééditions (*Court and Spark* de Joni Mitchell, or, et *After the Goldrush* de Neil Young, deux fois platine) que des nouveautés (*Under My Skin* d'Avril Lavigne, platine, et *Folklore* de Nelly Furtado, or).

#### Certification au Royaume-Uni d'albums d'artistes canadiens (BPI)

	Or	Platine	Total	Artistes
2000	0	2	2	2
2001	0	1	1	1
2002	1	9	10	8
2003	2	5	7	6
2004	8	3	11	10

Source : Données de BPI compilées par PCH



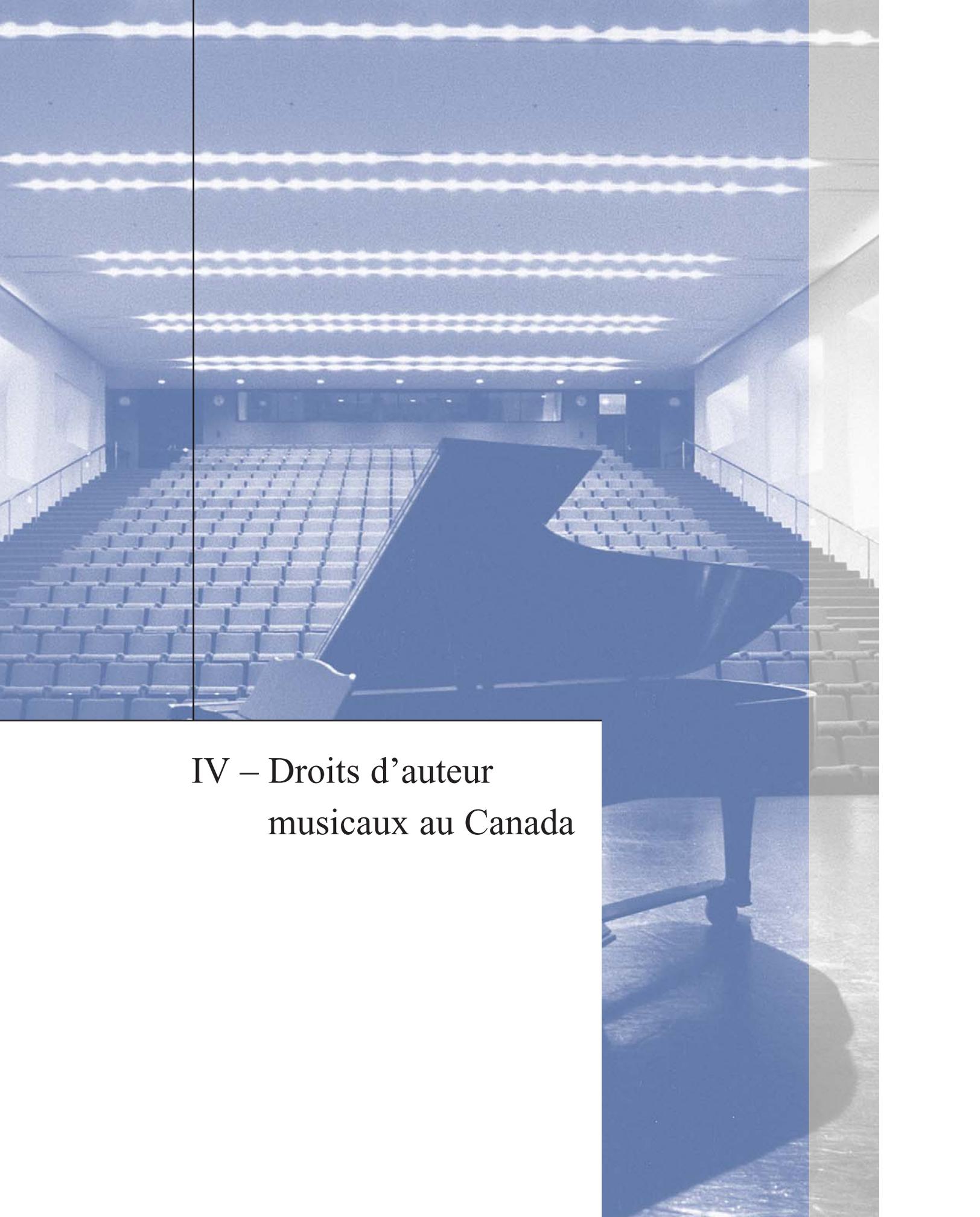
Les certifications décernées à des artistes canadiens par l'association française de l'industrie de la musique, la SNEP, ont baissé du sommet de 14 en 2003 à neuf en 2004. Parmi les récipiendaires canadiens figurent Lara Fabian pour *En toute intimité* (platine), Isabelle Boulay pour *Tout un jour* (deux fois or) et Roch Voisine pour *Je te serai fidèle* (deux fois or).

---

#### Certification en France d'albums d'artistes canadiens (SNEP)

	Or	Platine	Total	Artistes
2000	3	4	7	6
2001	2	9	11	7
2002	5	7	12	8
2003	3	11	14	7
2004	6	3	9	9

Source : Données de la SNEP compilées par PCH



## IV – Droits d’auteur musicaux au Canada



## IV – Droits d’auteur musicaux au Canada

---

### La composition et l’édition de musique au Canada

Les éditeurs de musique coopèrent étroitement avec les auteurs en vue de faire connaître leurs œuvres. L’accord d’édition typique prévoit que l’auteur ou le compositeur cède la propriété et le contrôle des œuvres musicales protégées par le droit d’auteur à l’éditeur, qui touche un pourcentage des revenus engendrés par leur utilisation commerciale.

Pour les auteurs et les compositeurs comme pour les éditeurs, les principales sources de revenus de droits d’auteur au Canada sont les droits d’exécution publique, les droits mécaniques et les droits associés aux copies privées. En 2004, selon une étude sur l’industrie canadienne de l’édition musicale entreprise par Paul Audley & Associates Ltd. et Circum Network Inc., les quatre principales sociétés de gestion des droits d’auteur ont perçu 290 millions de dollars, dont 200 en droits d’exécution publique, 50 en mécaniques et 40 au titre des supports vierges.

---

### Sociétés canadiennes de gestion des droits d’auteur

#### SOCAN

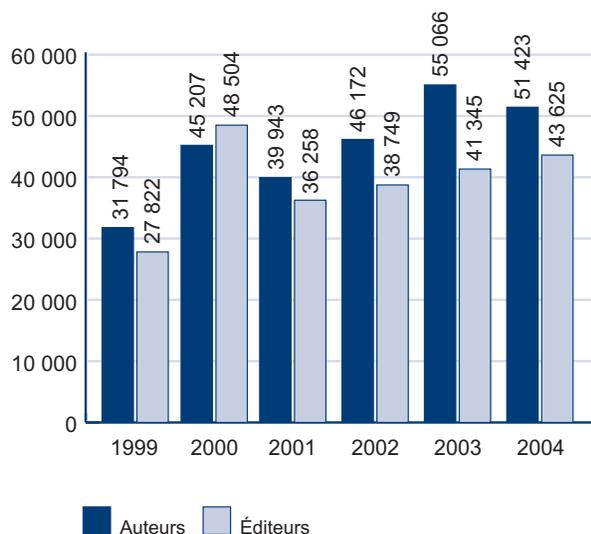
La Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) représente les auteurs, les compositeurs et leurs éditeurs, percevant des redevances auprès des utilisateurs de musique protégée

par le droit d’auteur (pour l’exécution publique des œuvres) et les distribuant à ses membres au titre des droits d’auteur. La SOCAN coopère également avec des sociétés internationales affiliées en vue de distribuer des droits d’auteur aux artistes, créateurs et aux éditeurs étrangers, et de percevoir à l’étranger les recettes qui reviennent aux artistes créateurs et aux éditeurs canadiens.

En 2004, la SOCAN disposait de 182,1 millions de dollars à distribuer à ses membres, soit presque 20 % de plus qu’en 2003. Les revenus totaux de la SOCAN se sont élevés en 2004 à 213,3 millions de dollars, 18 % de plus que l’année précédente.

Le nombre d’auteurs et de compositeurs canadiens recevant des droits d’auteur était plus élevé que jamais en 2004. L’an dernier, 19 876 créateurs ont reçu des droits d’auteur, 0,4 % de plus que l’année précédente, alors que le total des redevances a baissé de 6,6 %, à 51,4 millions de dollars. À l’inverse, le nombre d’éditeurs recevant des droits d’auteur a baissé de 0,5 % tandis que le total des redevances leur revenant a augmenté de 5,5 %, à 43,6 millions de dollars. Globalement, le total des droits d’auteurs versés par la SOCAN à ses membres a baissé l’an dernier de 1,4 %, de 96,4 à un peu plus de 95 millions de dollars<sup>38</sup>.

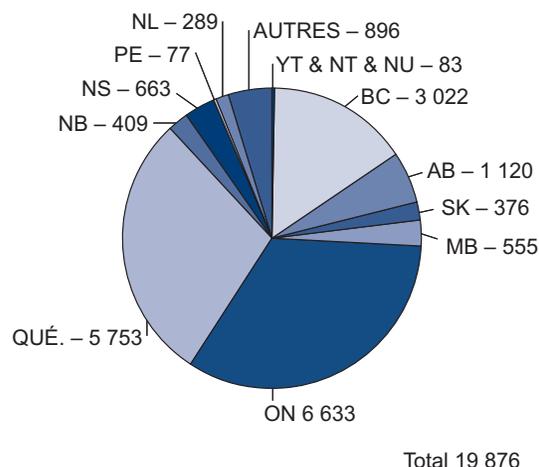
### Redevances versées par la SOCAN (en milliers \$)



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

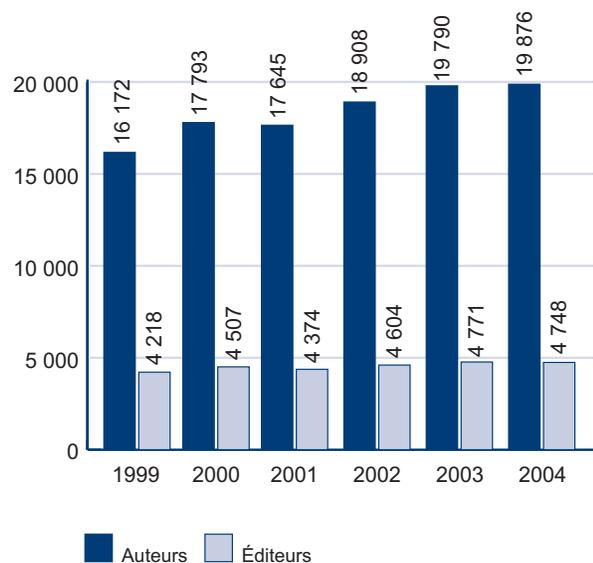
### Nombre d'auteurs ayant reçu des redevances de la SOCAN en 2004



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

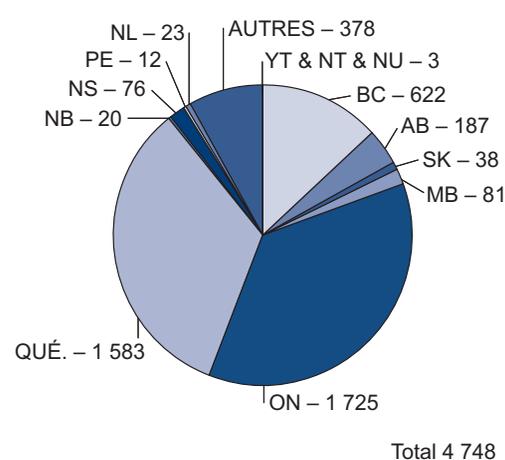
### Nombre d'auteurs et d'éditeurs ayant reçu des redevances de la SOCAN



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

### Nombre d'éditeurs ayant reçu des redevances de la SOCAN en 2004



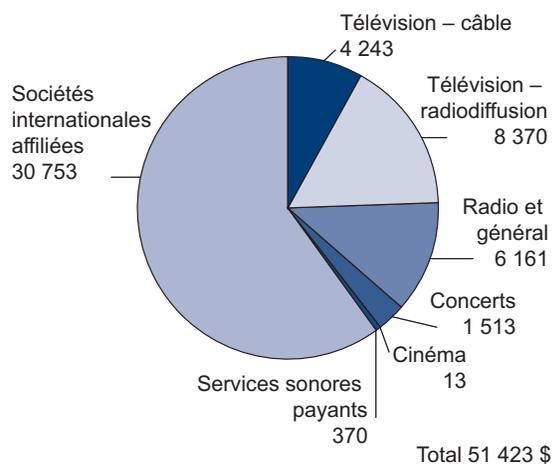
Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrâges spéciaux du câble, les arrâges des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.



Même si les auteurs-compositeurs ont profité d'une hausse des droits d'auteurs provenant du Canada, celle-ci n'a pas suffi à compenser la chute de presque 15 % des droits provenant des sociétés internationales affiliées, de 36 millions de dollars à 30,7 millions de dollars. La télévision par radiodiffusion a été la première source canadienne de droits, avec 8,4 millions de dollars, 11 % de plus que l'année précédente. Suivent la radio (6,2 M\$) et la télévision par câble (4,2 M\$). Les droits revenant aux auteurs-compositeurs au titre des concerts ont connu une augmentation vigoureuse de 23,5 %, à 1,5 million de dollars. La contribution provenant des services sonores payants a augmenté de 302 000 à 370 000 dollars.

#### Redevances de la SOCAN versées aux auteurs en 2004, selon la source (en milliers \$)



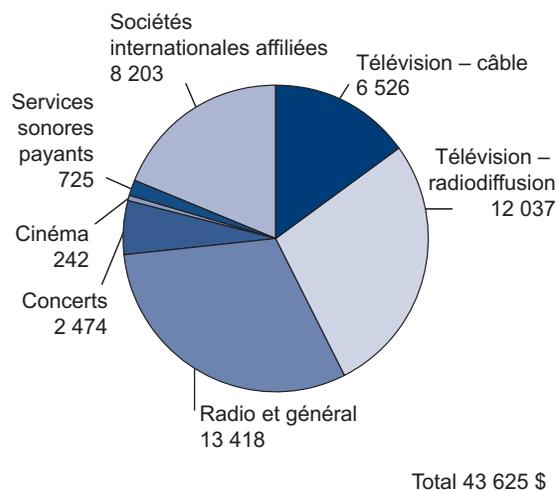
Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrangements spéciaux du câble, les arrangements des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Pour les éditeurs, la radio a de nouveau été la plus grande source de redevances, soit 13,4 millions de dollars ou 30 % du total. Suivent la télévision par radiodiffusion (12 M\$), les sources internationales (8,2 M\$) et la télévision par câble (6,5 M\$). Les redevances au titre des représentations musicales devant

public ont connu la plus forte augmentation relative par rapport à l'année précédente, progressant de presque 50 %, à 2,5 millions de dollars.

#### Redevances de la SOCAN versées aux éditeurs en 2004, selon la source (en milliers \$)

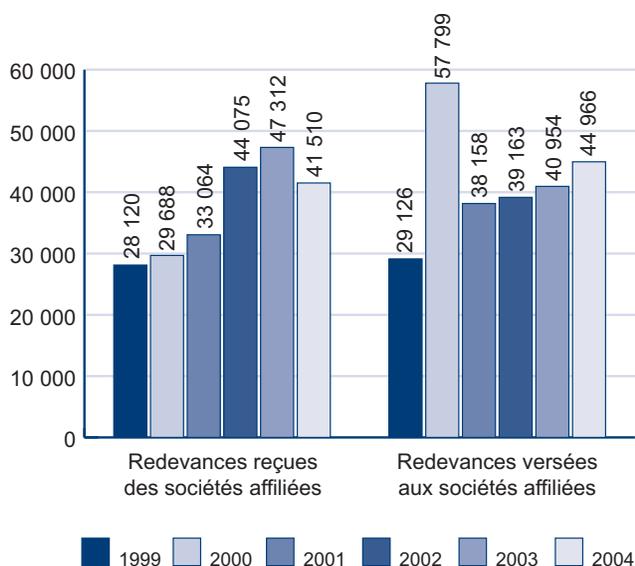


Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrangements spéciaux du câble, les arrangements des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

En 2004, les auteurs-compositeurs et les éditeurs canadiens ont reçu moins de droits de leurs plus grands marchés internationaux<sup>39</sup>. Les États-Unis, qui assurent 38,5 % des redevances internationales, ont versé un peu moins de 16 millions de dollars en 2004, 17 % de moins que l'année précédente – ce qui prolonge la tendance baissière observée depuis 2002 alors que les versements atteignaient presque 22 millions de dollars. La contribution de la France a baissé de presque 21 % en 2004, de 8,9 à 7,1 millions de dollars. Les Canadiens ont aussi reçu 6,6 % de moins que l'année précédente du Royaume-Uni, soit 4,3 millions de dollars. Les redevances versées à des Canadiens par la France et le Royaume-Uni avaient augmenté de plus de 10 % en 2003.

Redevances versées aux sociétés affiliées par la SOCAN ou reçues par la SOCAN des sociétés affiliées (en milliers \$)



Source : SOCAN

Note : Les montants excluent les revenus des arrangements spéciaux du câble, les arrangements des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ainsi que les versements liés aux copies privées.

Recettes en provenance des sociétés internationales affiliées – 2004 (en milliers \$)

	2003	2004	% du total (2004)
États-Unis	19 265 \$	15 998 \$	38,5 %
France	8 917 \$	7 079 \$	17,1 %
Royaume-Uni	4 572 \$	4 272 \$	10,3 %
Allemagne	2 464 \$	2 519 \$	6,1 %
Italie	2 005 \$	1 706 \$	4,1 %
Pays-Bas	1 311 \$	1 648 \$	4,0 %
Autres	8 778 \$	8 288 \$	20,0 %
TOTAL	47 312 \$	41 510 \$	100,0 %

Source : SOCAN

## La CMRRA et la SODRAC

Les droits mécaniques sont des montants versés aux compositeurs, aux auteurs-compositeurs et aux éditeurs lorsque leurs œuvres sont enregistrées, téléchargées légalement ou utilisées dans des films, des émissions de télévision ou des annonces publicitaires. Au Canada, les deux sociétés de gestion collective principales mais non exclusives percevant ces droits sont la Canadian Mechanical Reproduction Rights Society (CMRRA) et la Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs du Canada (SODRAC). La CMRRA verse des droits exclusivement aux éditeurs alors que la SODRAC en verse séparément aux auteurs et aux éditeurs.

Les redevances de la CMRRA associées aux droits mécaniques ont baissé de 32 % entre l'exercice 2000 et l'exercice 2005, de 50 306 835 à 34 129 659 dollars<sup>40</sup>. Les revenus de la SODRAC (hormis les redevances associées aux copies privées et à la radio commerciale) ont augmenté de 10,5 millions de dollars en 1999-2000 à 16,6 millions de dollars en 2004-2005<sup>41</sup>.

La SODRAC et la CMRRA ont constitué la société CMRRA-SODRAC Inc (CSI) en 2002 pour permettre la perception par l'entremise d'une seule entité des redevances que chaque société demandait séparément aux stations de radio commerciales. Le montant perçu par CSI a augmenté de 5,3 millions de dollars en 2001 à 6,7 millions de dollars en 2004<sup>42</sup>.



## SCPCP

La Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP) est l'organisme sans but lucratif chargé de percevoir et de distribuer les redevances associées aux copies privées. Les supports assujettis à des redevances pour copie privée sont les cassettes audio d'une durée d'au moins 40 minutes, les CD-R, les CD-RW, les CD-R audio, les CD-RW audio et les MiniDisc<sup>43</sup>. Les auteurs et les éditeurs reçoivent actuellement 66 % des redevances distribuées par la SCPCP; les artistes et les maisons de disques en reçoivent 34 %.

Entre 2000 et 2004, ces redevances se sont élevées à 114 millions de dollars à distribuer entre tous les détenteurs de droits admissibles du milieu de la musique enregistrée. La distribution des 78,6 millions de dollars perçus de 2000 à 2003 est en cours. Sur ce montant, 60 %, ou 47,5 millions de dollars, ont déjà été distribués. La distribution des 35,6 millions de dollars de redevances engendrées pour les détenteurs de droits en 2004 débutera dès que les données nécessaires à une distribution exacte seront disponibles<sup>44</sup>. La CMRRA, la SODRAC et la SOCAN sont toutes membres de la SCPCP. Les redevances de la SCPCP sont distribuées aux auteurs et aux éditeurs par l'entremise de ces trois sociétés.

## Notes

- 1 Nielsen SoundScan – 2000 plus grands succès au Canada – 2001 à 2004.
- 2 IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005, p. 23.
- 3 IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005, p. 23.
- 4 Nielsen SoundScan MarketWatch, le 6 novembre, 2005.
- 5 PricewaterhouseCoopers, Wilkofsky Gruen Associates, revue *Music & Copyright*, le 21 juillet 2004.
- 6 Veuillez noter que la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) et Nielsen SoundScan utilisent des méthodes différentes pour recueillir leurs données. En 2004, Nielsen SoundScan fait état de ventes unitaires de 49,9 millions au Canada; la IFPI rapporte des ventes de CD de musique enregistrée s'élevant à 54,8 millions d'unités. Les ventes des 2000 plus grands succès de 2004 correspondent ainsi à 68,1 % des ventes totales selon Nielsen SoundScan et à 62 % des ventes de CD selon la IFPI.
- 7 C'est ce qu'a révélé le plus récent sondage auprès des consommateurs de musique réalisé par le Centre de recherche Décima, présenté plus en détail dans la prochaine section de ce profil, Le consommateur canadien de musique.
- 8 Le recensement des nouveaux albums est un processus continu, les données étant révisées à mesure que les nouveautés des centaines de maisons de disques sont prises en compte. Le total actuel de nouveautés de 2004, 2 053 albums, est un résultat préliminaire. Veuillez noter que les nombres de nouveautés indiqués dans le présent rapport pour 2000 à 2003 sont différents de ceux qui se trouvent dans le Profil économique 2004 de l'industrie canadienne de la musique, en raison des titres supplémentaires qui ont été ajoutés aux données de la CMID et de la SOPROQ.
- 9 Canadian Music Industry Database (CMID).
- 10 Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ).
- 11 CMID et SOPROQ.
- 12 Nielsen SoundScan.
- 13 Nielsen SoundScan.
- 14 Nielsen SoundScan.
- 15 De nombreux petits magasins de musique indépendants de toutes les régions du Canada ne figurent pas dans la liste des magasins de détail qui communiquent des données à Nielsen, laquelle liste comprend entre autres Archambault, HMV, Music World et CD Warehouse. Les magasins de musique en ligne tels que HMV.com (service fourni par Amazon) et MapleMusic.com sont compris dans les ventes au détail.
- 16 Pour éliminer tout double compte, seule la plus haute certification octroyée par la CRIA en 2004 à un album donné a été reprise dans cette évaluation. Veuillez noter que lorsqu'il est question d'artistes distincts, les compilations de multiples artistes sont exclues.
- 17 Pour l'Enquête sur l'enregistrement sonore 2003 de Statistique Canada, un questionnaire a été envoyé à 700 entreprises et 300 ont répondu; il y avait 331 répondants en 2003. L'enquête de 2003 a été publiée le 26 octobre 2005.
- 18 Les bénéfices avant impôt de l'ensemble de l'industrie ont augmenté constamment de 1991 à 1998, et la marge bénéficiaire de l'industrie était de 14,3 % en 1998. En 2000 pourtant, les bénéfices ont chuté de 16 %, à 157,6 millions de dollars, et la marge bénéficiaire a baissé à 11,9 %. On peut attribuer cette diminution de la rentabilité en grande partie à une augmentation des paiements d'intérêt versés par les entreprises sous contrôle étranger, de 2,6 millions de dollars en 1998 à un montant sans précédent de 75,3 millions de dollars en 2000.
- 19 Au total, 2 002 entrevues ont été réalisées auprès de personnes de 15 ans ou plus représentatives de la population générale du Canada.
- 20 *L'industrie canadienne de la musique – Profil économique 2004*, p. 19. Le total peut être supérieur à 100 du fait que les chiffres ont été arrondis.
- 21 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 66.
- 22 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 70.
- 23 *L'industrie canadienne de la musique – Profil économique 2004*, p. 19.
- 24 *Online News and Information Seeking: What the Future Holds*, Ipsos Reid, 2005.
- 25 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, 2005, p. 72.
- 26 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 82.
- 27 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 85.
- 28 Le téléchargement gratuit comprend les téléchargements illégaux à partir de réseaux point-à-point (P2P) et les pistes légitimement offertes sur le Web par les artistes et les maisons de disques.
- 29 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 89.
- 30 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 94.
- 31 *Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma*, Centre de recherche Décima, 2005, p. 96.
- 32 La IFPI ne tient pas compte des ventes de musique numérique parce qu'il n'existe pas de données complètes à ce sujet. Selon une estimation, les ventes mondiales s'élevaient à 250 millions de pistes individuelles en 2004; le fait d'ajouter ces ventes réduirait la baisse globale de la valeur des ventes au détail à tout au plus 0,5 % en dollars constants. (*Music & Copyright*, le 30 mars 2005, p. 1.)
- 33 En raison de la volatilité récente du cours du dollar américain, la IFPI n'utilise plus les dollars courants pour mesurer la hausse ou la baisse du marché.
- 34 Les données de la IFPI appellent un certain nombre de mises en garde. La Recording Industry Association of America communique à la IFPI des données calculant les ventes selon le prix de détail suggéré et non la valeur marchande réelle, sans tenir compte des réductions de prix largement pratiquées. Ainsi, la croissance du marché américain serait inférieure aux 2,6 % indiqués, ce qui accentuerait la baisse du marché mondial. (*Music & Copyright*, le 30 mars 2005, p. 1.)
- 35 IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005, p. 18.
- 36 IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005, p. 15.
- 37 IFPI – *The Recording Industry in Numbers*, 2005, p. 19.
- 38 Les chiffres utilisés dans ce rapport sur les fonds de la SOCAN à distribuer ne comprennent pas les arrrages spéciaux du câble, les arrrages des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ou les versements liés aux copies privées.
- 39 Cette diminution est en grande partie imputable à la vigueur du dollar canadien par rapport au dollar américain, ainsi qu'à un nombre réduit de représentations à l'étranger.
- 40 *A Statistical Profile of the Canadian Music Industry*, Paul Audley & Associates Ltd. and Circum Network Inc., 2005.
- 41 *A Statistical Profile of the Canadian Music Industry*, Paul Audley & Associates Ltd. and Circum Network Inc., 2005.
- 42 *A Statistical Profile of the Canadian Music Industry*, Paul Audley & Associates Ltd. and Circum Network Inc., 2005.
- 43 *A Statistical Profile of the Canadian Music Industry*, Paul Audley & Associates Ltd. and Circum Network Inc., 2005.
- 44 *A Statistical Profile of the Canadian Music Industry*, Paul Audley & Associates Ltd. and Circum Network Inc., 2005.

