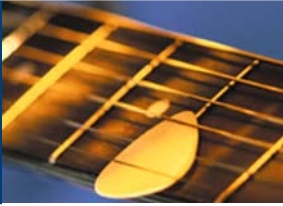




Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage



L'industrie canadienne de la musique

Profil économique 2006



Canada

Note au lecteur : ce document utilise des données de l'année civile 2005.

Ministère du Patrimoine canadien

Politique et programmes de la musique
15, rue Eddy, 4^e étage (15-4-E)
Gatineau (Québec)
K1A 0M5

Téléphone : 1-866-686-1102 (sans frais au Canada)
819-934-3208

Télécopieur : 819-934-9244

Site Web : www.pch.gc.ca

Courriel : fmc-musique@pch.gc.ca

© Ministère des Travaux publics et des services gouvernementaux, 2006
N° du catalogue CH41-11/2006F-PDF
ISBN 978-0-662-07114-3



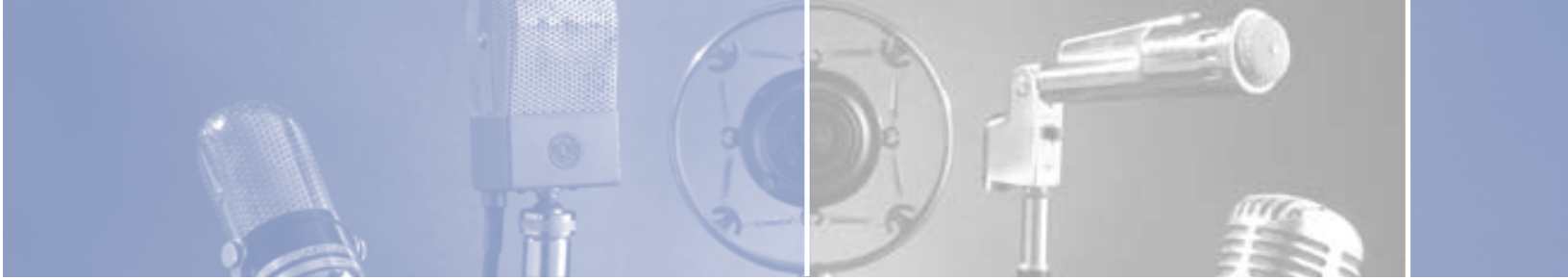
Tables des matières

Aperçu	2
I – Le marché de la musique	5
Ventes de musique	6
Téléchargements	7
Part de marché des artistes canadiens	8
Nouveaux enregistrements lancés par des artistes canadiens	10
Répartition des nouveaux enregistrements selon le genre	11
Albums or et platine, et autres statistiques de la CRIA sur les certifications	11
La musique canadienne sur la scène internationale	12
II – Les consommateurs et l’industrie	13
Les consommateurs	14
Habitudes d’écoute	14
Habitudes d’achat	15
Enthousiasme envers les artistes canadiens	16
Industrie	16
III – Droits d’auteur musicaux au Canada	18
La composition et l’édition de musique au Canada	19
Droits d’exécution publique	19
Redevances relatives aux copies privées	21
Droits mécaniques	21
IV – Notes	22



Aperçu





Le présent document offre un aperçu de l'évolution de l'industrie de la musique. Il se veut un document de référence qui permet de comparer le marché canadien à l'industrie mondiale de la musique et d'identifier les principales tendances qui ont une incidence sur ses activités et son rendement.

L'industrie de la musique à l'échelle mondiale est en pleine mutation. On assiste présentement à une véritable révolution numérique et ses effets se font sentir à tous les niveaux de la chaîne de valeurs de l'industrie. Les habitudes de consommation ont évolué et l'industrie s'adapte progressivement à cette nouvelle réalité; on observe un effritement graduel des modèles d'affaires traditionnels au profit de stratégies qui misent davantage sur le potentiel inhérent des nouvelles technologies.

Le marché canadien de la musique a subi un recul en 2005 après avoir montré des signes d'une reprise l'année précédente. En 2005, la valeur commerciale des ventes de musique a chuté de 2,6 %. Le nombre d'albums vendus a chuté de 5,3 %, à 56,8 millions d'unités, alors qu'il avait augmenté de 3 % en 2004. Malgré le déclin enregistré au niveau des ventes, d'autres nouvelles tendances témoignent de la relative santé de l'industrie de la musique au Canada.

Les ventes d'albums canadiens ont enregistré la plus forte baisse en 2005 : de 10,3 % pour s'établir à 7,6 millions d'unités. Les artistes canadiens sont néanmoins en meilleure position qu'il y a cinq ans, le nombre d'unités vendues étant supérieur de 12,4 % à ce qu'il était en 2001. Les artistes étrangers ont quant à eux vu leurs ventes d'albums augmenter de 6,5 % en 2005. Cependant le nombre d'albums étrangers vendus est resté 15 % sous le niveau de 2001.

En 2005, tous les formats physiques de musique ont enregistré une baisse des ventes sur le marché canadien. Cette tendance est conforme à ce qu'on observe sur les marchés étrangers de la musique. La piste numérique, dont il s'est vendu 6,7 millions d'unités en 2005, est le seul format ayant affiché une croissance.

Les ventes de musique numérique ont bénéficié du nombre sans cesse grandissant de Canadiens ayant accès à des services en ligne. Un peu plus de la moitié de tous les ménages canadiens étaient abonnés à un accès Internet haute vitesse en 2005, contre 43 % un an plus tôt. En outre, les abonnements au téléphone mobile ont augmenté de 13,3 % au Canada. Aussi, les téléphones eux-mêmes offrent une capacité de lecture de musique de plus en plus sophistiquée. Comme on prévoit une croissance continue des services mobiles et à haute vitesse, les téléchargements à partir de sites de fournisseurs légitimes devraient aussi progresser sensiblement par la voie d'abonnements à de tels services. De plus, les possibilités qu'offrent les nouvelles technologies pourraient ouvrir la voie à de nouvelles sources de revenus pour les artistes canadiens.



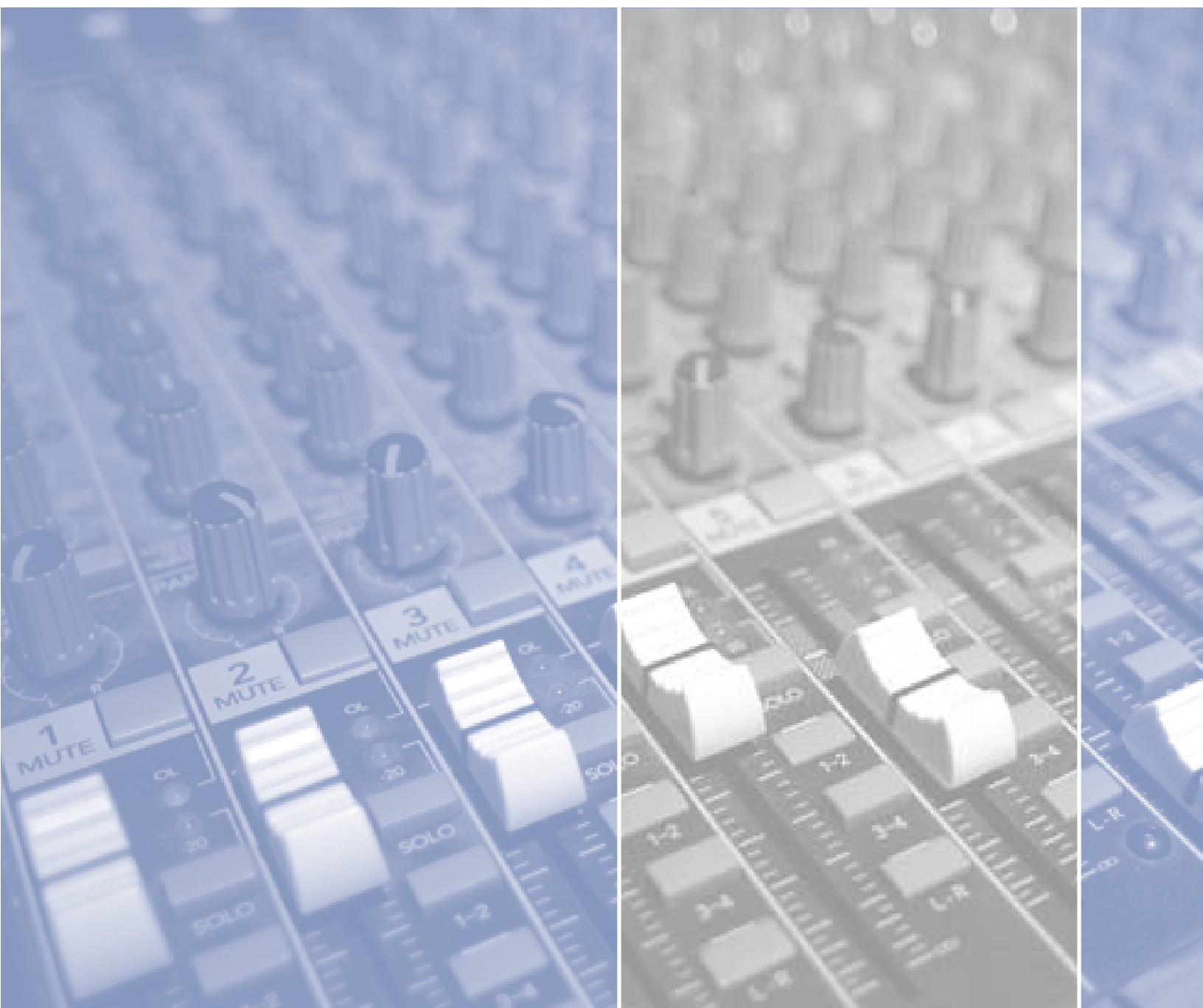


Malgré le ralentissement enregistré au niveau des ventes au détail, les artistes canadiens ont obtenu en 2005 une meilleure exposition de leurs œuvres dans les médias radiodiffusés et autres. Les droits d'exécution publique destinés aux auteurs et aux compositeurs ont augmenté de 11,6 % par rapport à l'année précédente. C'est ainsi que 57,4 millions de dollars ont été distribués à 20 811 artistes, un nombre record de bénéficiaires surpassant de 4,7 % celui de 2004.

En plus de faire le point sur les ventes de musique et les droits d'auteur musicaux versés au Canada, le présent profil résume un sondage réalisé en 2005 par le Centre de recherche Décima auprès des consommateurs canadiens de musique et présente les points saillants des données sur l'industrie de la musique obtenues grâce à l'Enquête sur l'enregistrement sonore de 2003 réalisée par Statistique Canada.

Aucune source de données unique ne couvre de manière exhaustive tous les segments de l'industrie canadienne de la musique. Ce profil rassemble les données les plus pertinentes provenant des sources les plus couramment utilisées pour décrire les tendances générales de l'industrie.

I – Le marché de la musique

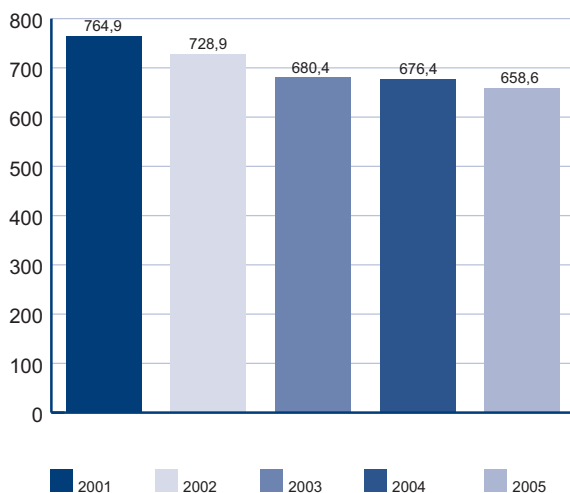




Ventes de musique

La valeur commerciale des enregistrements sonores vendus au Canada a chuté de 2,6 % en 2005, à 658,6 millions de dollars contre 676,4 millions de dollars l'année précédente. Depuis 2001, elle a chuté de presque 14 %¹.

Revenus commerciaux des enregistrements au Canada (en millions \$CAN)

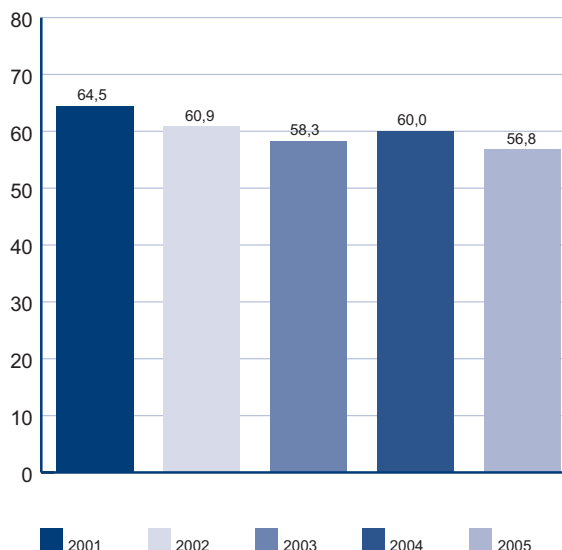


Source : IFPI – *Global Recording Industry in Numbers*, 2006

Note : Y compris les ventes numériques à partir de 2004.

Le nombre d'albums vendus au Canada a pour sa part chuté de 5,3 %, passant de 60 millions d'unités en 2004 à 56,8 millions d'unités en 2005. Il avait progressé de presque 3 % en 2004. Entre 2001 et 2005, le nombre d'unités vendues a chuté de 11,9 %.

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



Source : IFPI – *Global Recording Industry in Numbers*, 2006

Note : Formats longue durée – CD, DVD, LP, cassette, MiniDisc, SACD, DVD-A et VHS

À titre de comparaison, la valeur commerciale des ventes mondiales de musique a chuté de 3,3 % en 2005², à 20,8 milliards de dollars au lieu de 21,5 milliards de dollars l'année précédente. Depuis 2001, la valeur des ventes d'enregistrements sonores a dans l'ensemble chuté de 17,3 %. Les États-Unis demeurent au premier rang, les ventes s'y élevant à 7 milliards de dollars. Le Japon et le Royaume-Uni arrivent aux deuxième et troisième rangs avec respectivement 3,7 milliards de dollars et 2,2 milliards de dollars. En 2005, le Canada était le 6^e plus grand marché mondial de vente de musique. Il représentait 3 % du marché mondial.



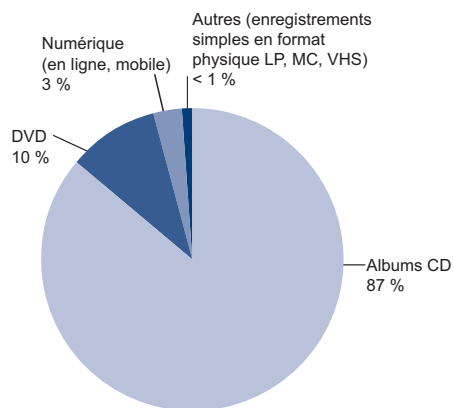


Ventes au détail de musique enregistrée – classement selon la valeur commerciale (2005)

Rang 2005	Pays	Valeur (millions \$US)	% du marché mondial
1	États-Unis	7 012 \$	34 %
2	Japon	3 718 \$	18 %
3	Royaume-Uni	2 162 \$	10 %
4	Allemagne	1 458 \$	7 %
5	France	1 248 \$	6 %
6	Canada	544 \$	3 %
7	Australie	440 \$	2 %
8	Italie	429 \$	2 %
9	Espagne	369 \$	2 %
10	Brésil	265 \$	1 %
Total – 10 premiers		17 645 \$	85 %
Total – monde		20 795 \$	100 %

Source : IFPI – *Global Recording Industry in Numbers*, 2006
 Note : Les chiffres ont été arrondis. Les données comprennent les ventes numériques.

Répartition selon le format (valeur commerciale) (%)



Source : IFPI – *Global Recording Industry in Numbers*, 2006

Les ventes de disques compacts au Canada ont chuté de 4,2 % en 2005, à 52,5 millions d'unités au lieu de 54,8 millions un an plus tôt. Cela représente une baisse de 13,5 % par rapport aux ventes enregistrées en 2001. Les ventes de DVD musicaux, qui avaient

connu une croissance remarquable entre 2001 (900 000 unités) et 2004 (4,8 millions), ont chuté de 12,5 % en 2005, à 4,2 millions d'unités. Les ventes de tous les autres formats physiques ont été presque négligeables en 2005, s'élevant en tout à seulement 100 000 unités³.

Les albums canadiens représentaient 25 % des 100 albums les plus vendus par les détaillants à grande surface et 22 % des 100 albums les plus vendus au détail⁴. Les détaillants à grande surface ont réalisé 31,2 % des ventes d'albums au Canada, et les disquaires traditionnels, 68,8 %⁵.

Téléchargements

Tandis que les formats physiques sont en déclin, la piste numérique est en voie de connaître un grand essor. Les ventes de pistes individuelles ont atteint au moins 6,7 millions d'unités au Canada en 2005, et les téléchargements d'albums, plus de 462 000 unités, selon Nielsen SoundScan Canada⁶.

Les services de musique en ligne comprennent actuellement des services par abonnement, comme Napster qui offre des pistes à télécharger à titre temporaire⁷, et des « boutiques » virtuelles comme Puretracks, Zik.ca et iTunes, qui vendent des fichiers numériques de musique soit comme pistes individuelles, soit comme albums. Selon une analyse des albums les plus vendus au Canada, les artistes canadiens bénéficient davantage des ventes d'albums numériques que de pistes numériques individuelles.

Parmi les 100 albums les plus vendus en 2005 par les détaillants canadiens en ligne, 29 % des titres étaient des albums d'artistes canadiens⁸. En revanche, les ventes de pistes numériques individuelles profitent davantage aux artistes étrangers,





les enregistrements d'artistes canadiens représentant seulement 14,5 % des 200 pistes numériques les plus vendues.

Les données des ventes mondiales de pistes numériques disponibles pour 2004 et 2005 révèlent une forte croissance entraînée par le marché américain – qui n'est toutefois pas suffisante pour compenser la baisse des ventes mondiales de CD.

À l'échelle mondiale, on compte 419 millions de téléchargements de pistes numériques en 2005, 169 % de plus qu'en 2004. Les États-Unis comptent à eux seuls 353 millions de téléchargements en 2005, soit 84 % du marché mondial. La Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) estime la valeur commerciale de tous les téléchargements payants au monde à 1,1 milliard de dollars américains en 2005, 300 % de plus que l'année précédente⁹.

Malgré cette croissance, l'IFPI indique que le piratage de la musique demeure un problème mondial. L'IFPI estime que 37 % de tous les CD achetés sont des copies piratées et que cela représente une valeur de 4,5 milliards de dollars américains¹⁰. L'organisme estime aussi que 20 milliards de chansons ont été téléchargées gratuitement à l'échelle mondiale¹¹.

Il n'en demeure pas moins que l'essor persistant des réseaux haute vitesse et de la technologie mobile augure bien pour le marché de la musique numérique. Un peu plus de la moitié des ménages canadiens, soit 6,4 millions de ménages, étaient abonnés à un accès Internet haute vitesse en 2005, contre 43 % l'année précédente. On prévoit que la proportion continuera d'augmenter puisque dès 2005, l'Internet haute vitesse était accessible à 98 % des ménages urbains et 74 % des ménages ruraux au Canada¹².

Le nombre d'abonnés au téléphone mobile au Canada a pour sa part progressé de 13,3 % en 2005, à 17 millions¹³. Les téléphones mobiles pourraient un jour rivaliser avec des appareils numériques portatifs comme l'iPod, les consommateurs adoptant de plus en plus les téléphones mobiles capables de recevoir de la musique et les réseaux 3G – l'équivalent mobile de la haute vitesse¹⁴. Ce mode de communication offre certains avantages dont un risque moindre de piratage par rapport aux communications en ligne¹⁵ et des options de paiement souples.

Part de marché des artistes canadiens

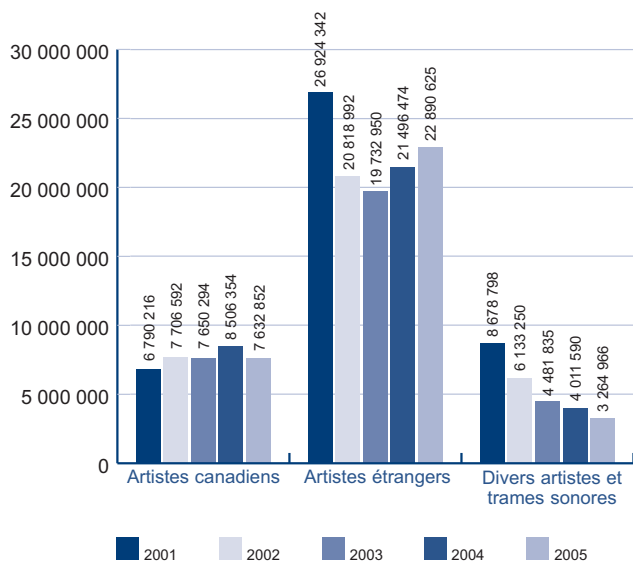
Le palmarès des 2000 albums meilleurs vendeurs de Nielsen SoundScan Canada est considéré comme un bon indicateur de la part de marché globale des artistes canadiens¹⁶. Selon Nielsen SoundScan Canada, les 2000 albums les plus vendus au Canada ont perdu un peu de terrain en 2005, les ventes de 33,8 millions d'unités enregistrées en 2005 étant légèrement inférieures de 0,7 % aux 34 millions de l'année précédente¹⁷.

Après une augmentation des ventes en 2004, les ventes d'albums d'artistes canadiens figurant au palmarès des 2000 albums les plus vendus ont chuté de 10,3 %, à 7,6 millions d'unités par rapport à 8,5 millions l'année précédente. La part des ventes des 2000 albums les plus vendus correspondant aux artistes canadiens a chuté, passant de 25 % en 2004 à 22,6 % en 2005. Cette diminution peut être en partie attribuable à l'absence de nouveaux albums des artistes canadiens les plus populaires – comme Shania Twain, Céline Dion et Avril Lavigne. En comparaison, les ventes des artistes étrangers parmi les 2000 albums les plus vendus ont augmenté de 6,5 % en 2005, à 22,9 millions d'unités.



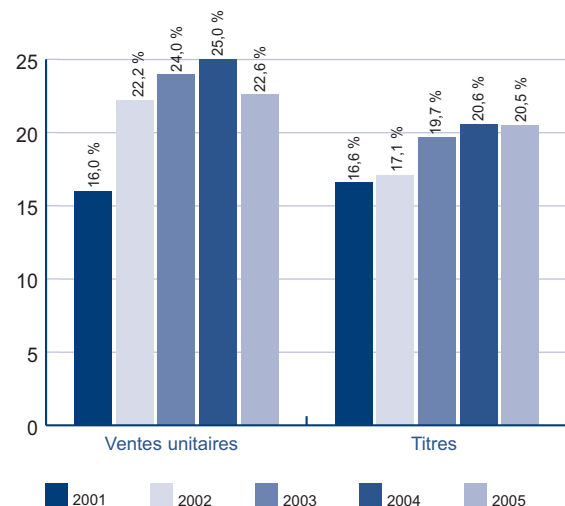


Palmarès des 2000 albums les plus vendus Nielsen SoundScan – ventes d’albums au Canada selon la nationalité de l’artiste – unités



Source : Nielsen SoundScan
 Note : Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.

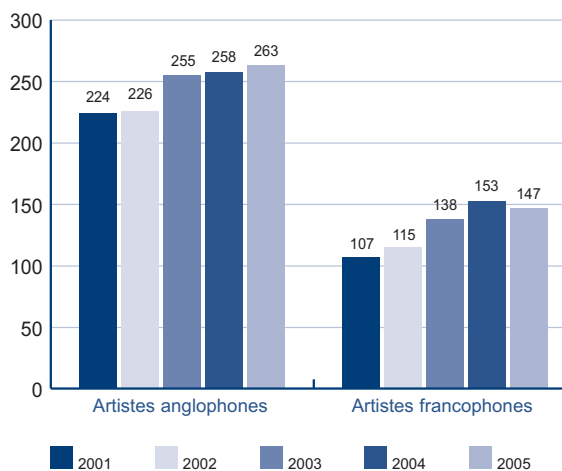
Palmarès des 2000 albums les plus vendus de Nielsen SoundScan – part de marché des artistes canadiens au Canada



Source : Nielsen SoundScan
 Note : Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.

Malgré la baisse des ventes, la part canadienne des titres au palmarès de 2005 est demeurée stable à 20,5 %, avec 410 albums canadiens figurant parmi les 2000 albums les plus vendus, seulement un de moins qu’en 2004. Y figurent 263 albums d’artistes anglophones, cinq de plus que l’année précédente, et 147 albums d’artistes francophones, six de moins qu’en 2004. Les artistes canadiens francophones ont vu leurs ventes unitaires chuter de 17,3 %, passant de 2,8 millions en 2004 à 2,3 millions en 2005. Les ventes d’albums d’artistes canadiens anglophones ont chuté de 6,8 %, passant de 5,7 millions à 5,3 millions d’unités.

Palmarès des 2000 albums les plus vendus de Nielsen SoundScan – ventes d’albums canadiens au Canada selon la langue – titres

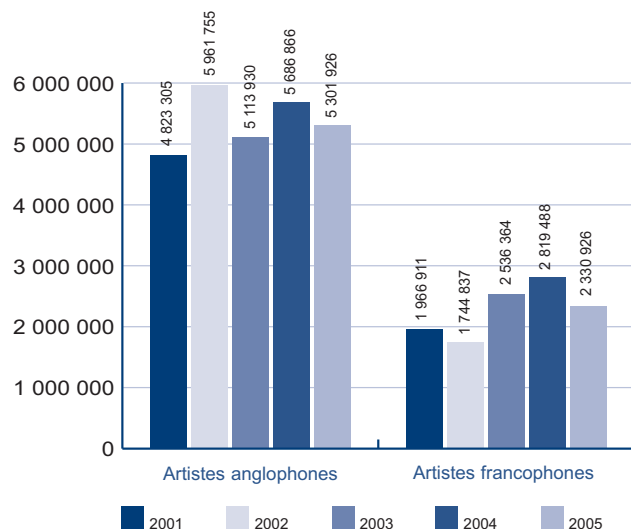


Source : Nielsen SoundScan
 Note : Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.





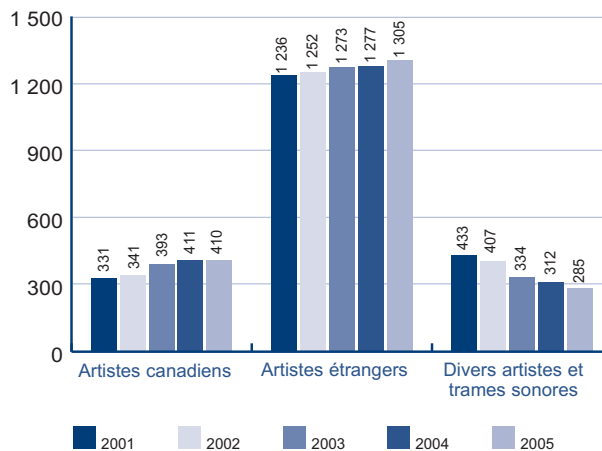
Palmarès des 2000 albums les plus vendus de Nielsen SoundScan – ventes d’albums canadiens au Canada selon la langue – unités



Source : Nielsen SoundScan
 Note : Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.

Depuis 2001, les ventes unitaires annuelles des 2 000 albums les plus vendus ont chuté de 20,3 %. Les ventes d’albums canadiens ont malgré tout progressé de 12,4 % sur cette période, alors que les ventes d’albums d’artistes étrangers ont chuté de 15 %. Par ailleurs, les ventes de trames sonores et de compilations de divers artistes ont chuté de 62,4 %, passant de 8,7 millions d’unités en 2001 à 3,3 millions en 2005.

Palmarès des 2000 albums les plus vendus de Nielsen SoundScan – ventes d’albums au Canada selon la nationalité de l’artiste – titres



Source : Nielsen SoundScan
 Note : Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.

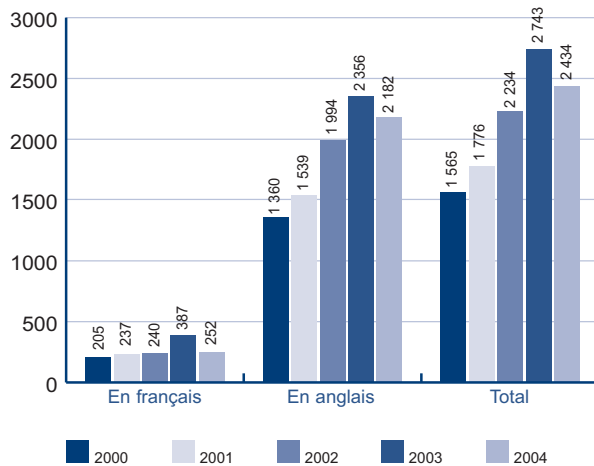
Nouveaux enregistrements lancés par des artistes canadiens

Les artistes canadiens ont lancé 2 434 albums en 2004, soit 309 ou 11,3 % de moins que l’année précédente¹⁸. Le nombre de lançements d’albums en français a chuté de 135 titres ou 35 %, à 252 en 2004. Le nombre de lançements d’albums en anglais a chuté de 174 ou 7,4 %, à 2 182. Malgré ce niveau de production moins élevé, la tendance sur cinq ans des lançements d’albums canadiens, soit de 2000 à 2004, demeure en hausse de 55,5 %.





Nouveaux albums lancés par des artistes canadiens – selon la langue



Source : CMID & SOPROQ

Répartition des nouveaux enregistrements selon le genre

Selon le genre, la répartition des 2 434 albums lancés en 2004 indique une augmentation des albums difficiles à classer. Les nouveaux albums de la catégorie « autre » représentaient 8,5 % du total des lancements en 2004 contre 5,2 % l'année précédente. Les catégories jazz et blues et classique sont les seules autres qui ont progressé, arrivant respectivement à 9,4 % et 4,6 % du total des lancements contre 7,0 % et 3,1 % l'année précédente. Toutes les autres catégories, même si elles ont baissé légèrement, sont restées dans les mêmes proportions que les dernières années.

Nouveaux albums lancés par des artistes canadiens (2004)

Genre	Nombre d'enregistrements	% du total
Pop/rock	1 255	51,6 %
Country et Folk	343	14,1 %
Jazz et blues	228	9,4 %
Urbain et danse	207	8,5 %
Autre	206	8,5 %
Classique	112	4,6 %
Musique du monde	83	3,4 %
Total	2 434	100,0 %

Source : CMID & SOPROQ

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

En 2005, l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA) a attribué des certifications or (50 000 unités vendues) ou platine (100 000 unités) à 64 nouveaux albums produits par 53 artistes canadiens. Aucun enregistrement n'a reçu la certification diamant (1 million d'unités vendues) en 2005.

Les plus hautes certifications ont été accordées à Simple Plan pour *Still Not Getting Any...* et à Glass Tiger pour *Diamond Sun* (tous deux, trois fois platine) ainsi qu'à Kalan Porter pour *219 Days*, Blue Rodeo pour *Greatest Hits – Volume 1* et à Diana Krall pour *Christmas Songs* (tous, deux fois platine).

Parmi les autres albums platine figurent Funeral par Arcade Fire, *Parce qu'on vient de loin* par Corneille et *En Famille* par Mes Aïeux. Des certifications or ont été accordées à des albums comme *Sounding A Mosaic* de Bedouin Soundclash, *Let It Die* de Feist, *Vingt ans ça se fête* de Passe-Partout et l'album *Keshia Chanté* de l'artiste du même nom.





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
2005	38	26	0	64	53

Source : Données de la CRIA compilées par PCH
 Note : Seule la certification la plus élevée accordée à un album au cours d'une année donnée est comptée.
 Or = 50 000 unités; platine = 100 000 unités;
 diamant = 1 000 000 unités

La musique canadienne sur la scène internationale

En 2005, dix albums canadiens produits par cinq artistes ont reçu des certifications de la Recording Industry Association of America. Ont ainsi reçu une certification platine deux albums de Michael Bublé, dont *It's Time*; trois albums de Nickelback, dont *Silver Side Up*; et deux albums de Céline Dion, dont *These Are Special Times*. En 2004, des certifications américaines avaient été accordées à 19 albums canadiens produits par 14 artistes.

Certifications 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
2005	1	9	10	5

Source : Données de la RIAA compilées par PCH
 Note : Seule la certification la plus élevée accordée à un album au cours d'une année donnée est comptée.
 Or = 500 000 unités; platine = 1 000 000 unités

Au Royaume-Uni, cinq albums de quatre artistes canadiens ont reçu une certification or (100 000 unités vendues) en 2005. Aucun n'a reçu la certification platine (300 000 unités). L'organisme British Phonographic Industry (BPI) a honoré entre autres *Funeral* d'Arcade Fire, *Rock Swings* de Paul Anka et *Anthology* de Bryan Adams. En France, le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP) a certifié huit albums de huit artistes canadiens, y compris *Reviens* de Garou (double platine, soit 600 000 unités), *On ne change pas* de Céline Dion, *La good life* de K'maro (double or, soit 200 000 unités) et *Let it die* de Feist.

Certifications 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
2005	5	0	5	4

Source : Données de BPI compilées par PCH
 Note : Seule la certification la plus élevée accordée à un album au cours d'une année donnée est comptée.
 Or = 100 000 unités; platine = 300 000 unités

Certifications 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
2005	6	2	8	8

Source : Données de la SNEP compilées par PCH
 Note : Seule la certification la plus élevée accordée à un album au cours d'une année donnée est comptée.
 Or = 75 000 unités; platine = 200 000 unités;
 diamant = 750 000 unités



II – Les consommateurs et l'industrie



Les consommateurs

Selon une enquête réalisée en 2005 par le Centre de recherche Décima à la demande du ministère du Patrimoine canadien, les jeunes Canadiens de 15 à 20 ans façonnent l'industrie de la musique; ils sont à l'avant-plan pour ce qui est de l'achat et de l'écoute de musique sur Internet tout en continuant d'acheter de la musique sur CD. L'enquête indique aussi que les Canadiens de 35 à 54 ans achètent en moyenne le même nombre d'albums canadiens que ceux des cohortes plus jeunes, même s'ils déclarent avoir un plus grand enthousiasme pour les artistes canadiens.

Habitudes d'écoute

L'enquête de Décima a constaté que les Canadiens continuent de privilégier la radio pour l'écoute de musique, bien que les jeunes Canadiens choisissent de plus en plus Internet. Dans l'ensemble en 2005, les Canadiens ont écouté de la musique à la radio en moyenne 8,2 heures par semaine, soit environ 44 % des 18,8 heures consacrées en moyenne à l'écoute de musique chaque semaine. Les Canadiens de 35 à 54 ans écoutent le plus la musique à la radio, soit 9,7 heures par semaine contre 5,8 heures par semaine parmi les 15 à 20 ans.

Les adolescents consacrent sensiblement plus d'heures à l'écoute de musique que les autres groupes d'âge, soit 26,8 heures par semaine, mais répartissent ce temps entre la radio (5,8 heures), les CD/MP3 (12,8 heures), la télévision (3,5 heures) et Internet (4,8 heures). Internet figure à peine dans les habitudes d'écoute de musique des Canadiens de plus de 35 ans¹⁹. (L'écoute de musique baisse nettement pour le groupe d'âge supérieur, 55 ans et plus.)

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)

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

Note : Les chiffres ont été arrondis.

Quelque 95 % des Canadiens écoutent de la musique d'artistes canadiens. Pour 15 % de l'ensemble de la population, la musique canadienne représente plus de la moitié de l'écoute de musique²⁰. En moyenne, les résidents du Québec écoutent davantage de musique canadienne que les autres Canadiens : 27 % des répondants du Québec indiquent que la musique canadienne accapare plus de la moitié du temps qu'ils consacrent à l'écoute de musique, contre 10 % dans le reste du Canada.

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

	0 %	Moins de 10 %	10 à 25 %	26 à 50 %	51 à 75 %	76 à 100 %
Total	5 %	20 %	32 %	29 %	10 %	5 %
Québec	6 %	14 %	25 %	28 %	7 %	10 %
Reste du Canada	4 %	23 %	35 %	29 %	7 %	3 %

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 personne²¹. Environ les trois quarts de ces 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 %

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

L'achat de musique était presque équivalent d'un groupe d'âge à l'autre, soit en moyenne de 10 à 11 CD dans la dernière année parmi les 15 à 54 ans; le nombre d'achats baisse toutefois à 7 CD parmi les plus de 55 ans.

En 2005, malgré une tendance à la hausse de l'achat de pistes numériques sur Internet, l'enquête a constaté que l'échange de musique gratuite surpasse nettement les téléchargements payants. Parmi les répondants ayant un accès Internet, 30 % ont indiqué avoir téléchargé des pistes de musique gratuites, contre 11 % qui en ont acheté en ligne²². Les adolescents sont les premiers téléchargeurs, 68 % des 15 à 20 ans affirmant avoir téléchargé des pistes gratuites en 2004-2005 et 23 % ayant fait au moins un achat en ligne²³.

Téléchargement de musique à partir d'Internet

	% qui ont acheté de la musique	% qui ont téléchargé de la musique gratuitement
Total	11 %	30 %
15 à 20	23 %	68 %
21 à 34	15 %	43 %
35 à 54	8 %	22 %
55 et plus	4 %	7 %

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





Enthousiasme envers les artistes canadiens

L'enquête démontre également que les Canadiens continuent d'apprécier vivement les artistes canadiens, 93 % des répondants affirmant que la musique des artistes canadiens est supérieure ou égale à la musique des artistes étrangers – résultat qui avait déjà été constaté dans des enquêtes précédentes²⁴.

Plus précisément, l'enquête a constaté que 35 % de la population considère que la qualité de la musique des artistes canadiens est supérieure à celle de la musique des artistes étrangers alors que 57 % la considèrent égale. Ces opinions varient d'un groupe d'âge à l'autre : les Canadiens de 35 à 54 ans sont les plus enthousiastes, 41 % d'entre eux jugeant la musique canadienne supérieure à la musique d'artistes étrangers et 55 %, égale. Par contre, seulement 21 % des 15 à 20 ans estiment que la musique canadienne est supérieure, bien que seulement 12 % des représentants de ce groupe d'âge jugent que la musique canadienne est inférieure à la musique étrangère²⁵.

Perceptions de la qualité de la musique canadienne

	Meilleure	Égale	Inférieure	Meilleure ou égale
Total	35 %	57 %	7 %	93 %
15 à 20	21 %	66 %	12 %	88 %
21 à 34	31 %	61 %	8 %	92 %
35 à 54	41 %	55 %	3 %	97 %
55 et plus	35 %	54 %	10 %	90 %

Base : Tous les répondants (n = 2 002)

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

Note : Les chiffres ont été arrondis.

Industrie

Le nombre d'entreprises de musique canadiennes recensées par l'Enquête sur l'enregistrement sonore de Statistique Canada a baissé entre 2000 et 2003. Les marges bénéficiaires et le nombre d'employés à temps plein ont aussi diminué durant cette période. L'enquête de 2003 a toutefois révélé de légers gains à l'emploi dans des entreprises sous contrôle canadien.

Selon Statistique Canada, le nombre d'entreprises de musique au Canada est passé de 331 en 2000 à 300 en 2003²⁶; cette baisse est presque entièrement attribuable aux entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 50 000 \$ (183 en 2000 et 140 en 2003). Le nombre d'entreprises faisant état d'un chiffre d'affaires supérieur à 50 000 \$ a en revanche augmenté de 148 en 2000 à 160 en 2003.

Nombre d'entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
Catégories	Total	280	331	300
Contrôle	Canadien	263	315	287
	Étranger	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
Régions	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





La marge bénéficiaire globale de l'industrie canadienne de la musique a diminué, passant de 11,9 % en 2000 à 2,6 % en 2003. Les revenus des entreprises sous contrôle canadien ont augmenté de presque 26 %, mais une hausse encore plus grande des dépenses a fait en sorte que leur marge bénéficiaire s'est réduite à 0,5 % en 2003 contre 7,1 % en 2000. Les entreprises sous contrôle étranger ont pour leur part vu leur marge bénéficiaire baisser de 12,7 % en 2000 à 3,2 % en 2003²⁷.

Marge bénéficiaire des entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
Catégories	Total	14,3	11,9	2,6
Contrôle	Canadien	8,3	7,1	0,5
	Étranger	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 : Statistique Canada, Enquête sur l'enregistrement sonore, 2003

Dans la même période, l'emploi à temps plein dans l'industrie canadienne de la musique a baissé de 12 %, passant de 2 591 employés en 2000 à 2 281 en 2003. Cependant, la baisse de l'emploi à temps plein n'a touché que le secteur des entreprises déclarant un chiffre d'affaires supérieur à 1 million de dollars, celles-ci enregistrant un recul de 2 399 employés en 2000 à 2 035 en 2003. Les entreprises ayant un chiffre d'affaires inférieur à 1 million de dollars déclaraient compter 246 employés à temps plein en 2003 contre 192 en 2000. Les entreprises sous contrôle canadien ont aussi déclaré un effectif à temps

plein plus élevé en 2003 : 681, contre 578 en 2000. Les entreprises sous contrôle étranger ont vu leur nombre d'employés à temps plein diminuer de 20,5 %, passant 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.

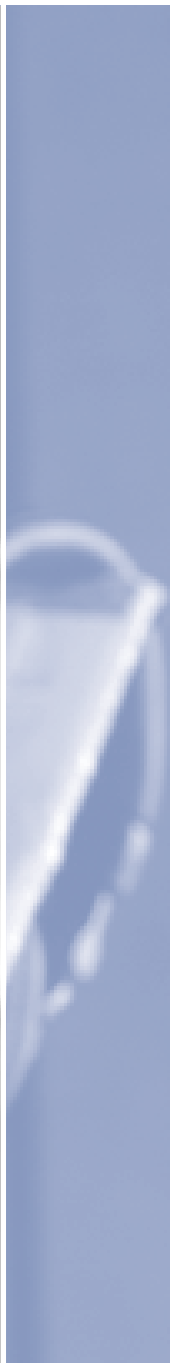
Nombre d'employés à plein temps dans les entreprises d'enregistrement sonore déclarantes

		1998	2000	2003
Catégories	Total	2 711	2 591	2 281
Contrôle	Canadien	460	578	681
	Étranger	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
Régions	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



III – Droits d’auteur musicaux au Canada



La composition et l'édition de musique au Canada

Les éditeurs de musique travaillent en étroite collaboration avec les auteurs et les compositeurs pour promouvoir leurs œuvres. L'accord d'édition typique prévoit que l'auteur-compositeur cède la propriété et le contrôle des œuvres musicales protégées par le droit d'auteur à l'éditeur. Celui-ci touche en retour un pourcentage des recettes générées par leur utilisation commerciale.

Au Canada, les principales sources de recettes attribuables aux droits d'auteur revenant aux auteurs-compositeurs et aux éditeurs sont les droits d'exécution publique, les droits mécaniques et les redevances relatives aux copies privées.

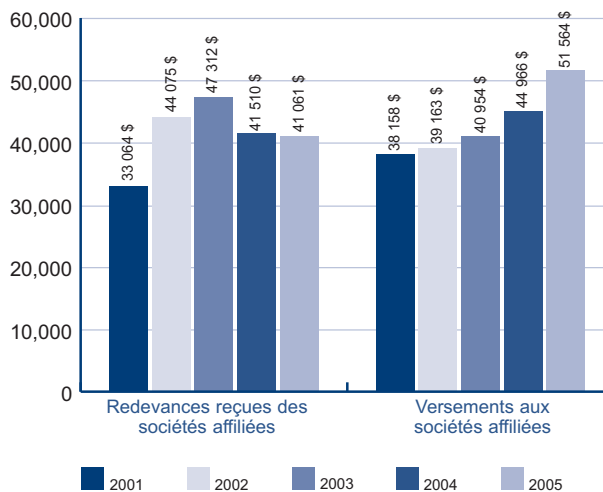
Droits d'exécution publique

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 pour distribuer des droits d'auteur aux artistes, créateurs et aux éditeurs étrangers, et percevoir à l'étranger les recettes qui reviennent aux artistes, créateurs et aux éditeurs canadiens.

En 2005, la SOCAN a distribué 157,6 millions de dollars à ses membres et à ses sociétés internationales affiliées, soit 12 % de plus que les 140 millions de dollars distribués en 2004²⁸. Les recettes totales provenant des sociétés internationales affiliées, par exemple ASCAP et BMI aux États-Unis,

principale source de redevances de la SOCAN, ont baissé légèrement, passant de 41,5 millions de dollars en 2004 à 41 millions de dollars en 2005.

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 arranges spéciaux de câblodistribution, les arranges des services sonores payants, les rabais sur les frais de câblodistribution ainsi que les versements liés aux copies privées.

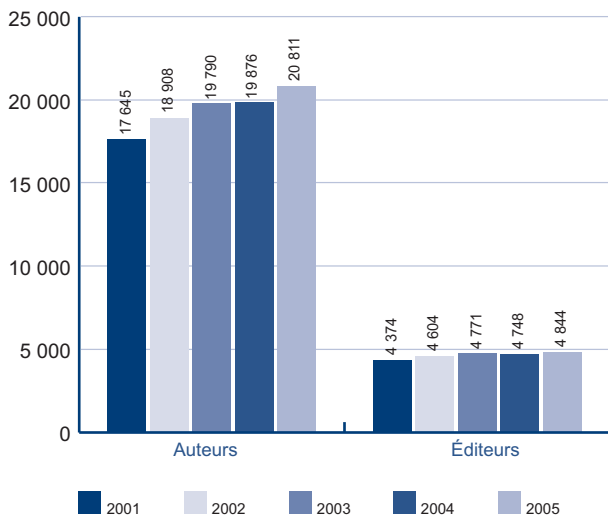
Le nombre d'auteurs et compositeurs canadiens recevant des redevances relatives à l'exécution a augmenté en 2005 de 4,7 %, à 20 811. Les montants versés à ce groupe ont augmenté de 11,6 %, passant de 51,4 millions de dollars en 2004 à 57,4 millions de dollars en 2005.

Le nombre d'éditeurs recevant des redevances a augmenté de 2 %, à 4 844, et les montants versés, de 11,4 %, à 48,6 millions de dollars. Le total des montants versés aux membres (créateurs et éditeurs) est passé de 95 millions de dollars en 2004 à plus de 106 millions de dollars en 2005. Cette augmentation significative constitue un revirement par rapport à la baisse de 1,4 % des montants versés aux membres en 2004. Depuis 2001, les montants versés aux membres ont progressé de presque 40 %.





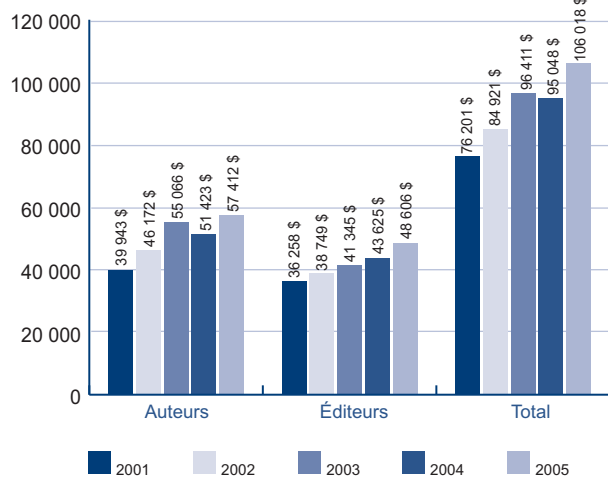
Nombre d'auteurs et d'éditeurs ayant reçu des redevances de la SOCAN



Source : SOCAN

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

Redevances de la SOCAN (en milliers)

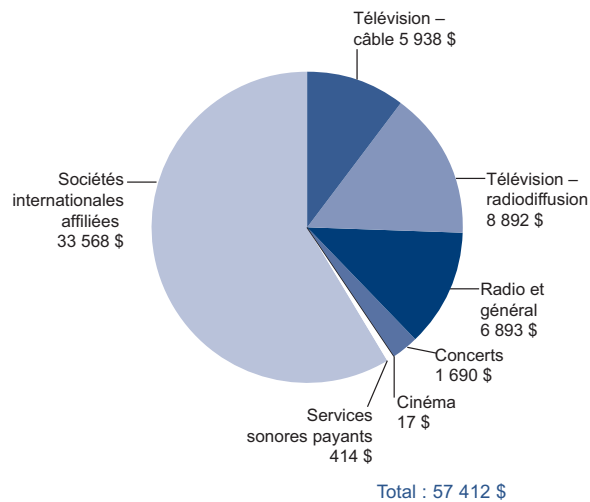


Source : SOCAN

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

Les auteurs ont vu leurs redevances de toutes les sources augmenter en 2005. La hausse la plus forte a été enregistrée dans le secteur de la télévision par câble : 40 %, de 4,2 millions de dollars à 5,9 millions de dollars. Les redevances versées aux auteurs provenant des sociétés internationales affiliées ont progressé de 9,2 % en 2005, à 33,6 millions de dollars, un redressement partiel après la chute de presque 15 % observée de 2003 à 2004. Les redevances provenant de la radio, des concerts et de services sonores payants ont augmenté de 12 % en 2005, et les redevances provenant de la télévision par radiodiffusion, de 6,2 %.

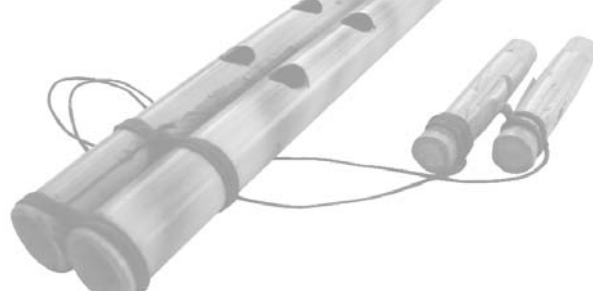
Redevances de la SOCAN versées aux auteurs, selon la source (en milliers)



Source : SOCAN

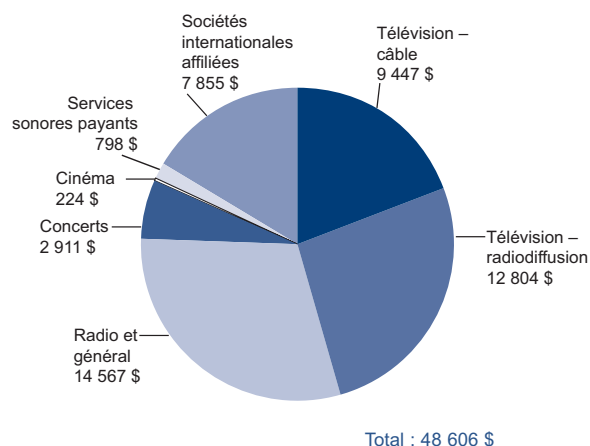
Note : Les montants excluent les revenus des arranges spéciaux de câblodistribution, les arranges des services sonores payants, les rabais sur les frais de câblodistribution ainsi que les versements liés aux copies privées.





Les éditeurs de musique membres de la SOCAN ont vu augmenter les redevances de leurs principales sources – radio (en hausse de 8,6 %) et télévision par radiodiffusion (6,4 %) – mais aussi de la télévision par câble, en hausse de presque 45 %. Les redevances versées aux éditeurs provenant des sociétés internationales affiliées ont par contre baissé de 4,2 %, à 7,9 millions de dollars.

Redevances de la SOCAN versées aux éditeurs, selon la source (en milliers)



Source : SOCAN

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

Redevances relatives aux copies privées

La Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP) est l'organisme à but non lucratif chargé de percevoir et de distribuer les redevances associées aux copies privées. Les supports actuellement assujettis à ces redevances et aux taux qui s'y appliquent 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.

En 2005, sur des recettes totales de 35 millions de dollars, la SCPCP a distribué 31 millions de dollars aux détenteurs de droits. Jusqu'à présent, l'organisation a distribué plus de 92 millions de dollars des 145 millions de dollars de redevances qu'elle a perçues entre 2000 et 2005²⁹.

Droits mécaniques

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.

Entre 2000 et 2005, les redevances de la CMRRA à l'égard des droits mécaniques ont chuté de 32 %, de 50,3 millions de dollars à 34,1 millions de dollars en 2005³⁰. Les recettes 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 2004-2005³¹.

En 2002, la SODRAC et la CMRRA ont constitué la société CMRRA-SODRAC Inc (CSI) 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, passant de 5,3 millions de dollars en 2001 à 6,7 millions de dollars en 2004³².

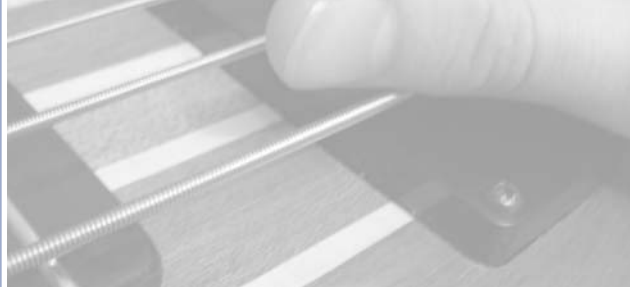


IV – Notes



1. IFPI, 2006 *Global Recording Industry in Numbers*. Les données 2005 de l'IFPI sont fondées sur le prix commercial des enregistrements musicaux et non sur leur prix de détail, ce qui rehausse l'exactitude des données. À partir de 2004, les données comprennent les téléchargements numériques.
2. Les chiffres figurant dans le présent document ont été arrondis.
3. IFPI, p. 24.
4. Nielsen SoundScan, données de fin d'année 2005, palmarès des 100 albums les plus vendus (marchands de masse et détail). Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes.
5. Nielsen SoundScan Canada – *MarketWatch*, semaine 52, 2006.
6. Nielsen SoundScan Canada – *MarketWatch*, semaine 52, 2006. Les données de Nielsen sur les ventes d'enregistrements numériques comprennent les résultats de trois fournisseurs canadiens en ligne : Puretracks, iTunes et Napster. Il faut noter que SoundScan ne prend pas Zik.ca en compte. Les données sur les ventes par téléchargement d'avant 2005 sont moins fiables.
7. Les utilisateurs du service Napster peuvent conserver des pistes numériques dans leur ordinateur tant qu'ils maintiennent leur abonnement.
8. Nielsen SoundScan, données de fin d'année 2005. Les albums numériques figurant au palmarès des 100 albums les plus vendus constituent environ 29 % de l'ensemble des ventes d'albums numériques.
9. Magazine *Music & Copyright*, n° 313, 1^{er} février 2006. p. 11.
10. Valeur aux prix de la musique piratée.
11. IFPI, p. 9.
12. Rapport de surveillance du CRTC sur les télécommunications, juillet 2006, p. 54.
13. CRTC, p. iv.
14. IFPI, p. 11.
15. Les téléchargements de musique au moyen de téléphones mobiles sont surtout proposés par des services légitimes qui exigent un paiement avant le transfert du fichier.
16. Le palmarès des 2 000 albums les plus vendus représente 69,5 % des ventes totales indiquées par Nielsen SoundScan. Patrimoine canadien a déterminé la nationalité et le profil linguistique des artistes figurant à ce palmarès.
17. Le palmarès des 2 000 albums les plus vendus comprend des LP, des cassettes, des CD, des DVD et des téléchargements numériques.
18. Source : *Canadian Music Industry Database (CMID)* et la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ). L'augmentation des chiffres de la CMID peut être en partie attribuable à l'amélioration des méthodes de suivi.
19. Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, Centre de recherche Décima, 2005, p. 68.
20. Décima, p. 72.
21. Décima, p. 82.
22. 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.





23. Décima, p. 86.
24. *L'industrie canadienne de la musique – Profil économique 2004*, p. 19. Les chiffres ont été arrondis.
25. Décima, p. 86.
26. Le questionnaire de l'Enquête sur l'enregistrement sonore réalisé en 2003 par Statistique Canada a été envoyé à 700 entreprises et 300 d'entre elles y ont répondu; il y avait 331 répondants en 2000. L'enquête de 2003 a été publiée le 26 octobre 2005.
27. Alors que les bénéfices totaux avant impôt de l'industrie ont augmenté constamment de 1991 à 1998 et que la marge bénéficiaire de l'industrie était de 14,3 % en 1998, les bénéfices ont baissé de 16 % en 2000, à 157,6 millions de dollars, et la marge bénéficiaire a baissé à 11,9 %. Cette évolution peut en grande partie être attribuée à une augmentation des paiements d'intérêts effectués par les entreprises sous contrôle étranger, lesquels ont grimpé de 2,6 millions de dollars en 1998 à un montant inédit de 75,3 millions de dollars en 2000.
28. Données communiquées par la SOCAN. Les chiffres ne comprennent pas les arrérages spéciaux de câblo-distribution, les arrérages des services sonores payants, les rabais sur les frais du câble ou les versements liés aux copies privées. Les différences de chiffres entre divers profils économiques annuels peuvent être attribuables à la prise en compte ou non des arrérages.
29. Données provenant de la rubrique « Aspects financiers importants » du site Web de la SCPCP », <http://cpcc.ca/francais/aspectsFin.htm> (consultée le 17 mars 2007).
30. Profil statistique de l'industrie canadienne de l'édition de musique, Paul Audley & Associates Ltd. et Circum Network Inc., 2005.
31. Profil statistique de l'industrie canadienne de l'édition de musique, Paul Audley & Associates Ltd. et Circum Network Inc., 2005.
32. Profil statistique de l'industrie canadienne de l'édition de musique, Paul Audley & Associates Ltd. et Circum Network Inc., 2005.



