



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



# L'industrie canadienne de la musique

## Profil économique 2008



Sa Majesté la Reine du chef du Canada, (2010).  
No de catalogue : CH41-11/2008F-PDF  
ISBN : 978-1-100-95100-3

# Table des matières

Pages

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>5</b>
<b>I. LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE</b> .....	<b>6</b>
I. LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE .....	7
<i>Contexte mondial</i> .....	7
<i>Le marché canadien</i> .....	8
Valeur des ventes de musique .....	8
Ventes unitaires .....	9
Part de marché des artistes canadiens .....	10
Téléchargement de musique d'artistes canadiens .....	11
Nouveaux enregistrements .....	12
Industrie .....	12
Certifications .....	13
<b>II. LE CONSOMMATEUR</b> .....	<b>15</b>
II. LE CONSOMMATEUR .....	16
<i>Adoption des technologies</i> .....	16
<i>Consommation musicale</i> .....	17
Habitudes d'écoute .....	17
Découverte de nouvelle musique .....	18
Achat de musique .....	19
Téléchargements non payés .....	20
Facilité à trouver de la musique canadienne .....	20
Spectacles .....	20
<i>Attitudes vis-à-vis la musique canadienne</i> .....	21
<b>III. DROIT D'AUTEUR SUR LES ŒUVRES MUSICALES AU CANADA</b> .....	<b>22</b>
III. DROIT D'AUTEUR SUR LES ŒUVRES MUSICALES AU CANADA .....	23
<i>Droits d'exécution publique</i> .....	23
<i>Redevances relatives à la copie privée</i> .....	26
<b>IV. NOTES</b> .....	<b>27</b>



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



# Sommaire



## Sommaire

La musique se classe parmi les produits culturels les plus populaires auprès des consommateurs. La révolution numérique à laquelle on assiste depuis quelques années a par ailleurs engendré une hausse marquée de la demande à l'égard des contenus musicaux à l'échelle mondiale. Cette tendance est en grande partie attribuable au choix accru et à la grande latitude qu'offrent les modes de distribution numérique, lesquels permettent un accès au contenu musical en tout temps et en tous lieux.

Au même moment où elle gagne en popularité, la musique subit de fortes pressions. La prédominance du téléchargement non autorisé est la source de nombreux défis pour l'industrie, qui revoit ses modèles d'affaires et se diversifie pour s'adapter à de nouvelles réalités. Au Canada comme ailleurs, l'industrie tente d'attirer les amateurs de musique vers des sources d'offre exploitant le plein potentiel des technologies numériques.

En 2008, la valeur commerciale des ventes de musique au Canada a subi un recul de 8 % par rapport à l'année précédente. Ce résultat s'inscrit dans la tendance notée à l'échelle mondiale. Le format numérique représentait 17 % de la valeur commerciale des enregistrements sonores vendus au pays, comparativement à une moyenne de 21 % à l'échelle mondiale. Notons que la valeur commerciale des ventes de musique sur support numérique au Canada a connu une forte croissance entre 2006 et 2008, passant de 34,5 millions de dollars à 82,4 millions de dollars.

Le nombre d'albums vendus au Canada a pour sa part chuté de 14 % en 2008, pour s'établir à 35,9 millions d'unités dont 32,5 millions de CD et 3,4 millions d'albums numériques. Les albums d'artistes canadiens ont vu leur niveau de ventes reculer à 5,1 millions d'unités et leur part des ventes unitaires est passée d'un niveau record de 26,5 % en 2007 à 20,7 % en 2008.

Selon Statistique Canada, l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore a connu une hausse de sa rentabilité en 2008. Les maisons de production sous contrôle canadien ont vu leurs revenus d'exploitation augmenter, mais leur marge bénéficiaire est demeurée moindre que celle des multinationales sous contrôle étranger.

Les artistes canadiens ont bénéficié de droits d'exécution publique à la hausse en 2008 et la somme des droits versés par la SOCAN à ses membres a atteint près de 120 millions de dollars.

Dans cette industrie en pleine mutation, les habitudes de consommation se transforment. Les jeunes Canadiens sont à l'avant-plan de cette mutation et façonnent l'industrie de la musique de demain. Pour tenter de cerner l'évolution des comportements et attitudes à l'égard de la musique canadienne, les principaux résultats d'une étude réalisée en 2008 par le centre de recherche Décima pour le compte de Patrimoine canadien sont également présentés dans ce document.



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



# I. Le marché de la musique

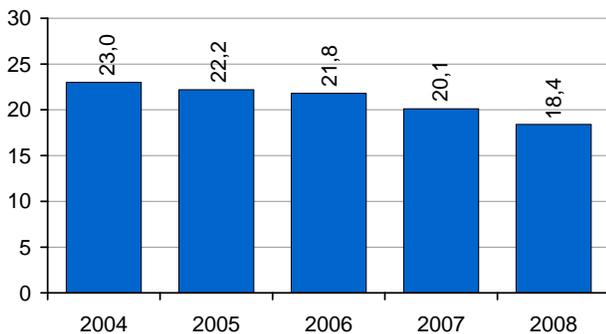


# I. Le marché de la musique

## Contexte mondial

En 2008, la valeur commerciale des ventes mondiales d'enregistrements sonores était de 18,4 milliards de dollars (américains), un recul de 8 % par rapport à l'année précédente<sup>1</sup>. Depuis 1999, alors qu'elle avait atteint un sommet de plus de 26 milliards de dollars (américains), la valeur commerciale des ventes de musique enregistrée à l'échelle mondiale a diminué de 31 %<sup>2</sup>.

### Valeur commerciale des ventes mondiales d'enregistrements sonores (Milliards de dollars américains)

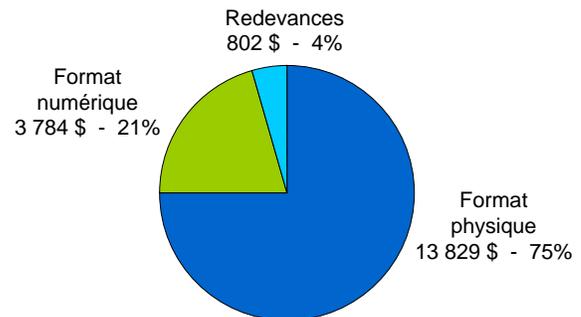


Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009

Note: Les revenus de 2004 à 2007 ont été recalculés au taux de change mensuel moyen de 2008 par IFPI. Inclut les ventes numériques.

La valeur commerciale des ventes sur support numérique a connu une croissance de 24 % à l'échelle mondiale entre 2007 et 2008, pour s'établir à 3,8 milliards de dollars (américains), soit près de 21 % de la valeur totale<sup>3</sup>. Notons que l'Amérique du Nord est le plus important marché numérique au monde et compte pour près de la moitié de la valeur commerciale des ventes pour ce format<sup>4</sup>.

### Valeur commerciale des ventes mondiales d'enregistrements sonores (Millions de dollars américains, 2008)



Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009

Représentant 2 % de la valeur commerciale mondiale, le Canada était le 6<sup>e</sup> plus important marché pour la vente de musique enregistrée en 2008. Mentionnons que les marchés des États-Unis, du Japon et du Royaume-Uni comptaient à eux seuls pour près de 60 % de la valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores à l'échelle mondiale.

### Classement selon la valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores – 2008

Pays	Rang	Valeur (million \$US)	% du marché mondial
États-Unis	1	4 977 \$	27%
Japon	2	4 109 \$	22%
Royaume-Uni	3	1 845 \$	10%
Allemagne	4	1 628 \$	9%
France	5	1 050 \$	6%
Canada	6	456 \$	2%
Australie	7	389 \$	2%
Italie	8	326 \$	2%
Espagne	9	302 \$	2%
Pays-Bas	10	272 \$	1%
Total - 10 premiers		15 355 \$	83%
Total - monde		18 415 \$	100%

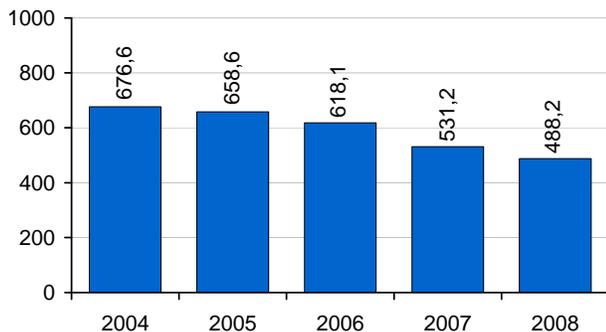
Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009

## Le marché canadien

### Valeur des ventes de musique

Sur la scène canadienne, la valeur commerciale des ventes de musique enregistrée totalisait 488,2 millions de dollars en 2008, une baisse de 8 % par rapport à l'année précédente<sup>5</sup>.

### Valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores au Canada (Millions de dollars canadiens)

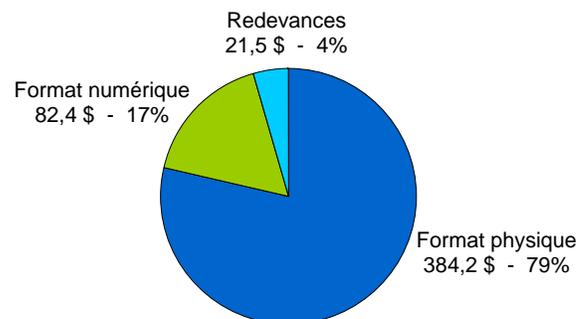


Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009  
Note: Inclut les ventes numériques à compter de 2004, et certaines redevances depuis 2006.

La valeur commerciale du format physique était de 384,2 millions de dollars en 2008, une baisse de 15 % comparativement à 2007<sup>6</sup>.

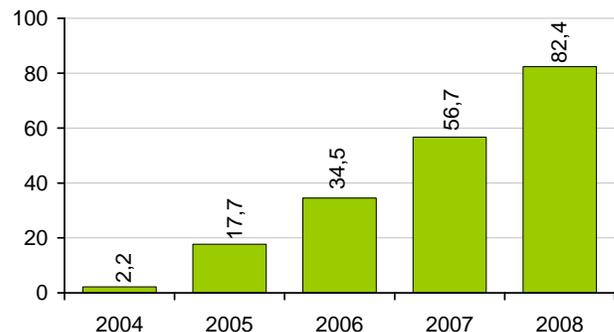
Après avoir connu une croissance de près de 65 % entre 2006 et 2007, la valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores sur support numérique a augmenté de 45 %, passant de 56,7 millions de dollars en 2007 à 82,4 millions de dollars en 2008. En 2008, le format numérique représentait donc 17 % de la valeur commerciale des ventes de musique enregistrée au pays.

### Valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores au Canada selon le format (Millions de dollars canadiens, 2008)



Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009

### Valeur commerciale des ventes d'enregistrements sonores sur support numérique au Canada (Millions de dollars canadiens)



Source: IFPI - Global Recording Industry in Numbers, 2009

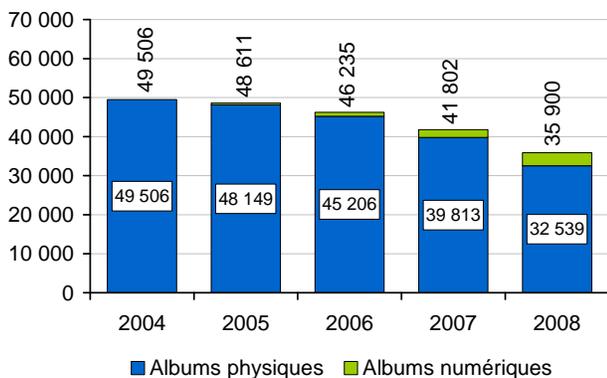
Mentionnons enfin que les pistes individuelles représentaient en 2008 le format contribuant le plus aux ventes sur support numérique (35 %), suivies des sonneries téléphoniques (24 %), des albums complets (23 %) et autres formats (18 %)<sup>7</sup>.

## Ventes unitaires

Sur le plan des ventes unitaires, les tendances sont les mêmes. Le format physique a enregistré des ventes unitaires à la baisse tandis que le format numérique poursuit son essor. En 2008, 32,5 millions d'albums physiques se sont vendus au pays, une baisse de 18 % par rapport à l'année précédente<sup>8</sup>.

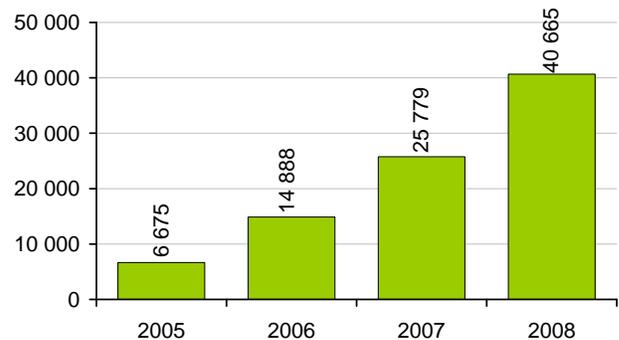
Au cours de la même année, 3,4 millions d'albums ont été téléchargés, tandis que les ventes de pistes numériques individuelles ont atteint 40,7 millions d'unités selon Nielsen SoundScan Canada. Il s'agit de hausses respectives de 69 % et de 58 % par rapport aux ventes numériques enregistrées en 2007.

## **Ventes d'albums au Canada (milliers d'unités)**



Source: Nielsen SoundScan

## **Ventes de pistes numériques au Canada (milliers d'unités)**



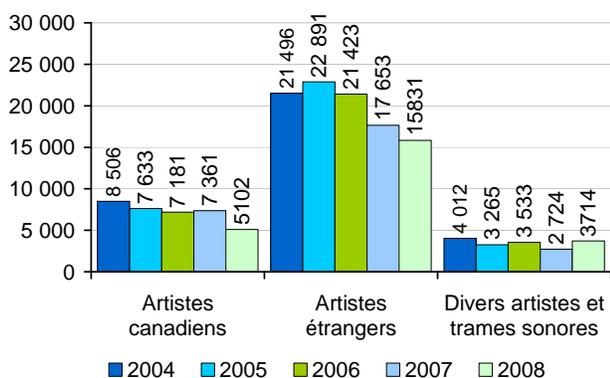
Source: Nielsen SoundScan

Les changements qui se produisent au niveau des ventes d'enregistrements sonores sur supports physiques et numériques s'accompagnent par ailleurs d'une augmentation de la part de marché des grandes surfaces et des magasins en ligne, et ce aux dépens des disquaires traditionnels. En 2008, près de 42 % des ventes d'albums provenaient des détaillants numériques ou des grandes surfaces, alors que cette proportion était de 29 % quatre ans auparavant<sup>9</sup>.

## Part de marché des artistes canadiens

Une analyse approfondie du palmarès Nielsen SoundScan des 2000 albums les plus vendus au Canada permet de déterminer la part de marché des artistes canadiens sur le plan national<sup>10</sup>.

### Palmarès des 2000 albums les plus vendus au Canada – Ventes selon la nationalité de l'artiste (milliers d'unités)

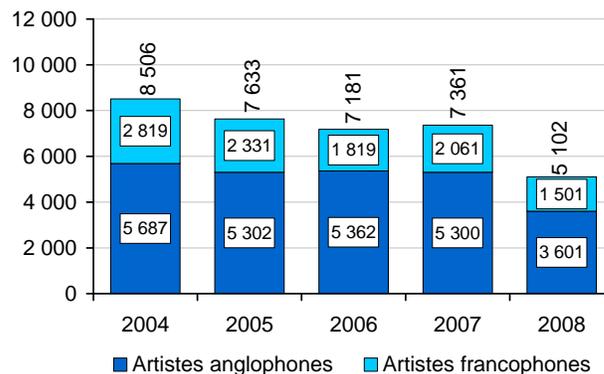


Source: Nielsen SoundScan

Après avoir vu leurs ventes augmenter à près de 7,4 millions d'unités en 2007, les albums d'artistes canadiens figurant au palmarès des 2000 meilleurs vendeurs ont accusé un recul de 31 % en 2008. Les albums d'artistes canadiens ont ainsi engendré des ventes de 5,1 millions d'unités.

Les albums d'artistes étrangers figurant au palmarès des 2000 meilleurs vendeurs ont vu leurs ventes unitaires reculer à 15,8 millions d'unités (-10 %) entre 2007 et 2008, tandis que les trames sonores et autres compilations ont enregistré des gains pour atteindre un total de 3,7 millions d'unités (+36 %) au cours de la même période.

### Palmarès des 2000 albums les plus vendus au Canada – Ventes d'albums canadiens selon la langue (milliers d'unités)



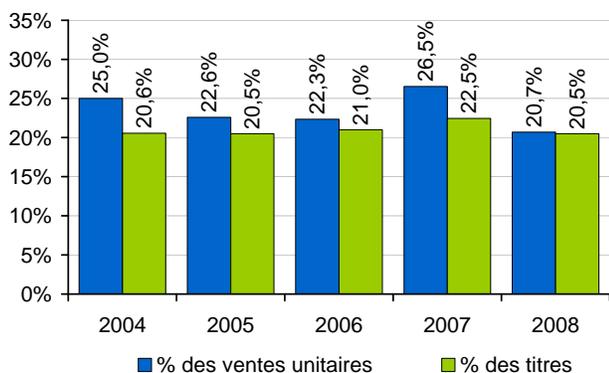
Source: Nielsen SoundScan

Mentionnons que les ventes d'albums canadiens ont reculé de façon importante en 2008, tant pour les artistes francophones (-27 %) que pour les artistes anglophones, (-32 %) par rapport à l'année précédente.

La part des ventes unitaires des albums d'artistes canadiens se classant parmi les 2000 plus vendus est passée de 26,5 % en 2007 à 20,7 % l'année suivante.

Cette diminution s'explique en partie par l'excellente performance d'artistes canadiens très populaires l'année précédente. Avec des albums d'artistes tels que Michael Bubl , Céline Dion, Avril Lavigne et Nelly Furtado, la part des ventes unitaires d'albums d'artistes canadiens au palmarès des 2000 albums les plus vendus avait atteint un niveau record en 2007.

## Palmarès des 2000 albums les plus vendus au Canada – Part de marché des albums canadiens



Source: Nielsen SoundScan

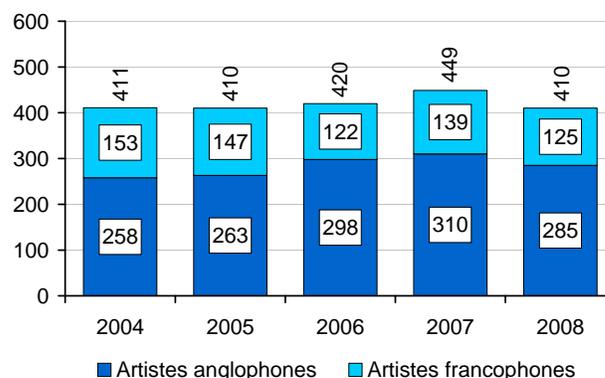
Notons qu’au total, 410 albums d’artistes canadiens figuraient en 2008 parmi les 2000 albums les plus vendus au Canada, soit 9 % de moins qu’en 2007. La part des titres uniques a donc reculé de façon moins importante que la part des ventes unitaires pour les albums d’artistes canadiens.

Fait intéressant, ce sont les 200 albums les plus vendus qui produisent généralement près de la moitié des ventes d’albums sur le palmarès SoundScan des 2000 meilleurs vendeurs. Autrement dit, 10 % des albums qui figurent au palmarès engendrent 50 % des ventes unitaires totales.

Étant donné que moins d’artistes canadiens très populaires ont lancé un album en 2008, on note que la quasi-totalité de la baisse des ventes d’albums canadiens s’enregistre dans ces 200 premiers rangs du palmarès Nielsen SoundScan.

Parmi les 410 albums d’artistes canadiens figurant au palmarès des 2000 albums les plus vendus, un peu moins du tiers, ou 125 titres, provenait d’artistes francophones.

## Palmarès des 2000 albums les plus vendus au Canada – Titres canadiens selon la langue



Source: Nielsen SoundScan

Mentionnons finalement que parmi les 2000 albums les plus vendus, les albums d’artistes canadiens ont obtenu en 2008 des ventes moyennes par titre similaires à celles obtenues par les albums d’artistes étrangers, soit 12 445 comparativement à 12 685<sup>11</sup>.

## Téléchargement de musique d’artistes canadiens

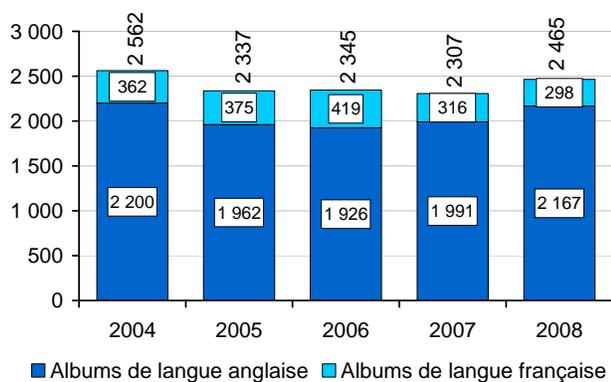
Nielsen SoundScan dispose également d’un palmarès des 2000 pistes numériques individuelles les plus vendues. L’analyse de ce palmarès dénote que les pistes numériques d’artistes canadiens ont produit 13 % des ventes réalisées par les 2000 pistes les plus téléchargées au Canada en 2008<sup>12</sup>.

Les albums d’artistes canadiens ont par ailleurs généré 12,8 % des ventes parmi les 100 albums les plus téléchargés au pays en 2008<sup>13</sup> selon Nielsen SoundScan.

## Nouveaux enregistrements

Les artistes canadiens ont lancé 2465 nouveaux albums en 2008, soit 158 de plus que l'année précédente<sup>14</sup>. Cette augmentation est attribuable aux albums de langue anglaise. On dénombre en effet 2167 nouveaux titres de langue anglaise parus en 2008, une hausse de 176 titres par rapport à 2007. Les artistes de langue française ont lancé 298 albums en 2008, un nombre légèrement inférieur à l'année précédente.

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



Source: CMID et SOPROQ

Près de la moitié des nouveaux albums lancés en 2008 par des artistes canadiens se retrouvent dans la catégorie pop/rock. La musique Jazz et blues est la deuxième en importance, 16,8 % des nouveaux albums appartenant à cette catégorie<sup>15</sup>.

### Répartition des nouveaux albums lancés par des artistes canadiens selon le genre

Genre	2008
Pop/rock	47,1%
Jazz et blues	16,8%
Urbain et danse	11,1%
Classique	10,1%
Country et folk	6,4%
Musiques du monde	4,7%
Autres	3,9%

Source: CMID et SOPROQ

## Industrie

Selon Statistique Canada<sup>16</sup>, l'industrie de l'enregistrement sonore a augmenté sa profitabilité au pays. Entre 2006 et 2008, les revenus d'exploitation ont diminué de près de 13 % pour atteindre 619 millions de dollars. Par contre, une baisse plus importante au niveau des dépenses d'exploitation (538 millions de dollars, -16 %) a engendré une hausse de la marge bénéficiaire de l'industrie de l'enregistrement sonore, qui est passée de 9,6 % à 13,1 %, au cours de la même période.

Les maisons de production sous contrôle canadien ont enregistré une hausse de leurs revenus d'exploitation entre 2006 et 2008 (24 %). Leur part des recettes totales de l'industrie est ainsi passée de 21 % en 2006, à 29 % en 2008.

Les maisons de disques sous contrôle canadien affichaient néanmoins des dépenses d'exploitation à la hausse au cours de cette période, tandis que celles des maisons de production sous contrôle étranger étaient en baisse. La marge bénéficiaire des maisons de production canadiennes a ainsi augmenté dans une proportion moindre que celle observée pour leurs homologues sous contrôle étranger.

### Statistiques financières pour l'industrie de l'enregistrement sonore

		Total	Contrôle canadien	Contrôle étranger
Recettes d'exploitation				
(en milliers)	2006	710 715 \$	143 234 \$	545 807 \$
(en milliers)	2007	673 651 \$	177 735 \$	481 088 \$
(en milliers)	2008	619 444 \$	177 150 \$	427 303 \$
Marge bénéficiaire				
	2006	9,6%	4,3%	11,2%
	2007	11,4%	5,2%	14,0%
	2008	13,1%	5,8%	16,3%

Source: Statistique Canada, Mars 2010

Note: Les données sur l'origine du contrôle proviennent uniquement du sondage mené par Statistique Canada, et leur somme diffère du total de l'industrie, lequel est complété à l'aide de données administratives.

Les recettes provenant de la vente d'enregistrements sonores d'artistes canadiens sont demeurées stables pour les entreprises d'origine canadienne tandis qu'elles ont accusé un recul de 16 % pour les firmes sous contrôle étranger selon les plus récentes données de Statistique Canada<sup>17</sup>.

Ainsi, les maisons de disques sous contrôle canadien produisaient 82 % des nouveaux enregistrements canadiens et étaient responsables de 63% des recettes provenant de la vente d'albums d'artistes canadiens. La majorité de leurs revenus de ventes, soit 52%, provenait d'enregistrements d'artistes canadiens.

À l'opposé, les ventes d'enregistrements d'artistes canadiens représentaient à peine 11 % des revenus de ventes des maisons de production sous contrôle étranger, lesquelles généraient par contre la plus importante part des recettes totales de l'industrie au Canada (71 % en 2008).

### Certifications

Afin de refléter les changements au niveau des habitudes de consommation de musique, la *Canadian Recording Industry Association* (CRIA) a annoncé en 2008 des modifications à son programme de certification. Pour les albums lancés après le 1<sup>er</sup> mai 2008, le niveau de ventes requis pour une certification or ou platine au Canada est ainsi passé à 40 000 et 80 000 unités respectivement.

En 2008, la CRIA<sup>18</sup> a attribué 41 certifications or ou platine provenant d'albums de 35 artistes canadiens distincts.

Parmi les albums multi-platines les plus vendus au Canada, mentionnons *Dark Horse* de Nickelback, certifié trois fois platine en novembre 2008, soit le mois de son lancement au pays. *Call Me Irresponsible* de Michael Bubl  et *The Reminder* de Feist figurent aussi parmi les albums certifiés multi-platines par la CRIA en 2008.

D'autres certifications platine ont été attribuées à des artistes canadiens, tels que The Lost Fingers pour *Lost in the 80's*, Simple Plan pour l'album du même nom, Hedley pour *Famous Last Words*, Sylvain Cossette pour *70's Vol. 2* et Marie-Élaine Thibert pour *Un jour Noël*.

Des certifications or ont été remises à des albums comme *Love at the End of the World* de Sam Roberts, *Fortune's Favor* de Great Big Sea, *Duos de la tendresse* de Dan Bigras et *Les saisons s'tassent* de Kain.

Le programme de certification numérique de la CRIA a par ailleurs attribué une certification platine à la piste « Don't Call Me Baby », de Kreesha Turner, pour avoir atteint 40 000 téléchargements au Canada.

Un bon nombre d'albums provenant d'artistes canadiens ont également été récompensés à l'étranger pour les niveaux de ventes qu'ils y ont atteints.

Mentionnons notamment l'album *It's Time*, de Michael Bubl , certifié aux  tats-Unis (trois fois platine)<sup>19</sup> et au Royaume-Uni (deux fois platine)<sup>20</sup>. Ce même album a également reçu une certification or du Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP) pour ses ventes en France<sup>21</sup>.

L'album *Taking Chances* de Céline Dion a reçu une certification platine aux  tats-Unis et au Royaume-Uni, tandis que le groupe canadien Nickelback a été récompensé dans ces deux pays, respectivement pour *Dark Horse* et *All the Right Reasons*.<sup>22</sup>

Notons enfin que, le mois même de sa sortie en France l'album *Nos lendemains*, d'Isabelle Boulay, a été certifié or par le SNEP. L'album *Allo c'est moi*, de Lynda Lemay, a reçu cette récompense à peine six semaines après sa sortie en France.



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



## II. Le consommateur



## II. Le consommateur

La section qui suit présente les principaux résultats d'une enquête réalisée en 2008 par le centre de recherche Décima pour le compte de Patrimoine canadien<sup>23</sup>. L'étude, réalisée auprès des Canadiens de 15 ans et plus, avait entre autres pour objectif d'évaluer la consommation des contenus musicaux. Une étude similaire avait été menée en 2005, permettant une comparaison des résultats dans certains cas.

### Adoption des technologies

Au cours de la dernière décennie, toute une gamme de nouveaux modes d'accès au contenu musical s'est ouverte au consommateur : services audionumériques payants, radio par satellite, services mobiles sans fil, diffusion en continu sur Internet et téléchargement de musique sur Internet. Ces innovations rehaussent l'expérience musicale, accroissent la diversité de l'offre et procurent au consommateur davantage de souplesse et de contrôle sur l'accès et sur le mode d'écoute.

Selon Décima, plus de sept Canadiens sur dix avaient, en 2008, un accès Internet haute vitesse, que ce soit à la maison, au travail ou ailleurs. Environ trois Canadiens sur quatre ont indiqué posséder ou avoir accès à un téléphone cellulaire, alors que près de trois sur cinq (56 %) possédaient ou avaient à leur disposition un lecteur numérique portable. Les jeunes Canadiens affichaient des niveaux d'accès généralement plus élevés et, dans certains cas, celui-ci était quasi-universel. À l'opposé, la pénétration des nouvelles technologies semblait afficher un certain recul au Québec comparativement aux moyennes enregistrées pour l'ensemble du pays.

### Accès aux équipements technologiques selon la région (Canadiens de 15 ans et plus)

Équipements	Total	Québec	Reste du Canada
Lecteur CD/DVD	95%	90%	96%
Ordinateur	86%	78%	89%
Téléphone cellulaire	74%	58%	79%
Internet haute vitesse	71%	59%	75%
Graveur CD/DVD	66%	61%	68%
Lecteur numérique portable	56%	43%	60%
Console de jeux	39%	36%	40%

Source: Sondage Décima, 2008

Question: Possédez-vous ou avez-vous accès aux technologies suivantes, que ce soit à la maison, au travail ou ailleurs?

### Accès aux équipements technologiques selon l'âge (Canadiens de 15 ans et plus)

Équipements	15 - 19 ans	20 - 34 ans	35 - 49 ans	50 ans et plus
Lecteur CD/DVD	96%	98%	98%	91%
Ordinateur	95%	93%	94%	76%
Téléphone cellulaire	80%	73%	87%	64%
Internet haute vitesse	87%	79%	82%	56%
Graveur CD/DVD	84%	78%	72%	53%
Lecteur numérique portable	94%	72%	67%	33%
Console de jeux	79%	58%	50%	16%

Source: Sondage Décima, 2008

Question: Possédez-vous ou avez-vous accès aux technologies suivantes, que ce soit à la maison, au travail ou ailleurs?

L'accès aux services Internet à haut débit a littéralement transformé les activités que les Canadiens effectuent en ligne. Un nombre croissant de Canadiens utilisent ainsi Internet pour des activités de divertissement. Selon l'étude de Recherche Internet Canada (RIC) entreprise en 2007, le téléchargement et l'écoute en continu de musique, de vidéos, de films, de radio et de télévision étaient en effet à la hausse, particulièrement chez les jeunes qui, dans la plupart des cas, indiquaient une

pratique de ces activités deux fois plus élevée que l'ensemble des usagers<sup>24</sup>.

Selon cette même étude, le téléchargement de musique et l'écoute en ligne constituaient les activités de divertissement les plus populaires auprès des internautes (56 %). Chez les jeunes de 12 à 17 ans, environ neuf sur dix (86 %) ont dit s'adonner à ces activités, et plus de la moitié le faisait au minimum chaque semaine.

## Consommation musicale

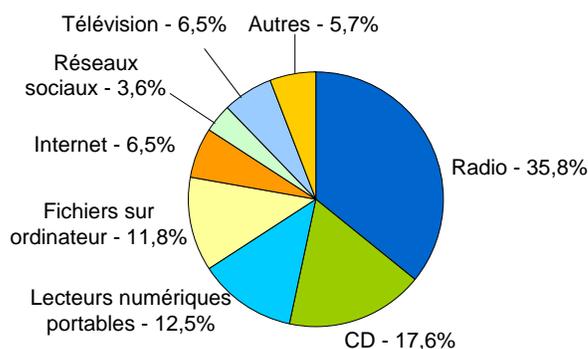
Les jeunes de 15 à 19 ans sont à l'avant-plan pour ce qui est de la consommation musicale, notamment en ce qui concerne l'utilisation des modes d'accès numériques. Dans certains cas, les nouveaux modes d'accès au contenu musical ont supplanté les modes d'accès traditionnels dans ce segment de la population.

### Habitudes d'écoute

En 2008, les Canadiens ont dit consacrer plus de 27 heures par semaine à l'écoute de la musique, une hausse considérable comparativement à 2005, alors que l'étude Décima estimait l'écoute hebdomadaire à près de 19 heures. Dans l'ensemble, les Canadiens ont indiqué qu'environ un cinquième de leur temps d'écoute (22 %) était strictement consacré à cette activité en 2008.

Les Canadiens continuent de favoriser la radio traditionnelle pour l'écoute de contenu musical; celle-ci représente toutefois une proportion moins importante de leur écoute hebdomadaire moyenne.

### Distribution en pourcentage du temps d'écoute hebdomadaire de musique selon la plateforme (Canadiens de 15 ans et plus)



Source: Sondage Décima, 2008  
Question: En moyenne combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...

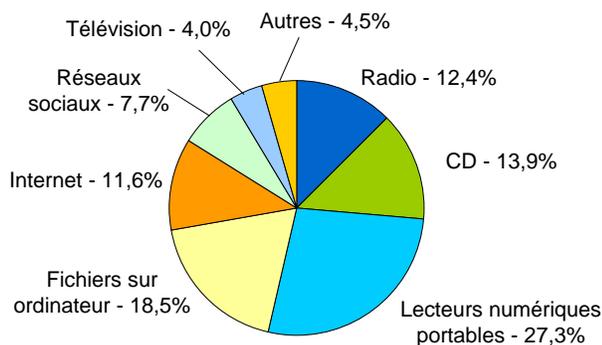
En 2008, un peu plus du tiers des heures consacrées en moyenne à l'écoute de musique chaque semaine provenait de l'écoute à la radio, alors que cette proportion était de 44 % en 2005. L'écoute de musique au moyen de lecteurs numériques portables ou de fichiers musicaux sur ordinateur représentait le quart du temps consacré à l'écoute de contenu musical chaque semaine en 2008.

En 2008, les Canadiens ont écouté de la musique sur disque compact environ cinq heures par semaine, soit 18 % de l'écoute de musique totale chaque semaine. Notons qu'en moyenne une heure d'écoute sur dix provenait d'Internet, incluant l'écoute de musique sur des sites de réseaux sociaux comme Facebook et MySpace.

Chez les jeunes Canadiens de 15 à 19 ans, près de la moitié du temps consacré à l'écoute de musique chaque semaine s'est fait au moyen de lecteurs numériques portables ou de fichiers musicaux sauvegardés sur ordinateur. Internet et les réseaux sociaux ont contribué en 2008 à près de 20 % des heures destinées à l'écoute de musique au sein de ce même groupe d'âge, suivis des disques compacts (14 %).

Les jeunes se détournent de plus en plus de la radio traditionnelle, laquelle représentait à peine plus d'un dixième (12 %) des heures qu'ils ont consacré à l'écoute de musique chaque semaine en 2008.

**Distribution en pourcentage du temps d'écoute hebdomadaire de musique selon la plateforme (Canadiens de 15 ans à 19 ans)**



Source: Sondage Décima, 2008  
Question: En moyenne combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...

Mentionnons enfin que la musique d'artistes canadiens représente près du tiers (30 %) de toute la musique qu'écotent les Canadiens. Au Québec, 40 % du temps d'écoute est consacré à la musique d'artistes canadiens. Notons par ailleurs que la musique d'artistes canadiens est généralement plus populaire chez les adultes (de 20 ans et plus) que chez les jeunes de 15 à 19 ans.

**Découverte de nouvelle musique**

La radio traditionnelle demeure la source la plus fréquemment utilisée par les Canadiens pour la découverte de nouvelle musique. Environ les deux tiers (65 %) d'entre eux ont affirmé découvrir de la musique ainsi, et près de la moitié ont indiqué qu'il s'agissait de la principale façon pour eux de le faire. Néanmoins, il s'agit d'un recul par rapport à 2005, alors que la radio était la source principale de découvertes musicales pour 75 % des Canadiens.

Les jeunes de 15 à 19 ans découvrent la nouvelle musique principalement grâce au bouche à oreille (37 %). Ils ont par ailleurs été plus enclins que le reste de la population à compter sur les sites de réseautage social et autres sites Web ou blogues (18 %) plutôt que sur la radio traditionnelle (14 %) dans la découverte de nouveau contenu musical.

## Achat de musique

En 2008, plus de trois Canadiens sur quatre (77 %) ont indiqué avoir fait l'achat d'au moins un CD de musique au cours de la dernière année. La proportion de Canadiens ayant fait l'acquisition d'au moins un CD est élevée dans tous les groupes d'âges, particulièrement les 35 à 49 ans (84 %) <sup>25</sup>.

En moyenne 40 % des Canadiens se sont procuré au moins un DVD de musique au cours des douze derniers mois, alors que cette proportion est de 51 % chez les jeunes de 15 à 19 ans.

Environ un Canadien sur cinq (22 %) ayant accès à Internet dit avoir payé pour télécharger des chansons individuelles à partir d'Internet au cours de la dernière année. Les jeunes sont plus enclins que leurs aînés à payer pour des chansons en ligne. Pas moins de 57 % des Canadiens de 15 à 19 ans ont indiqué avoir payé pour télécharger des chansons individuelles au cours des 12 mois précédents. Notons enfin qu'en 2008, l'achat de pistes numériques individuelles était moins répandu au Québec (14 %) que dans le reste du Canada (24 %).

Le téléchargement payant d'albums complets était moins fréquent, seulement un internaute sur huit (13 %) a indiqué s'y être adonné au cours de la dernière année. Cette proportion a atteint près de 40 % chez les jeunes de 15 à 19 ans. Similairement, 16 % des détenteurs de téléphones cellulaires ont indiqué avoir téléchargé des sonneries, alors que plus de la moitié des détenteurs de téléphones cellulaires de 15 à 19 ans ont dit s'être adonnés à cette activité.

## **Achat de musique selon la région (Canadiens de 15 ans et plus)**

Achats	Total	Québec	Reste du Canada
CD de musique	77%	78%	77%
DVD de musique	40%	43%	40%
Albums complets payés et téléchargés sur Internet	13%	10%	14%
Chansons individuelles payées et téléchargées sur Internet	22%	14%	24%
Sonneries	16%	13%	16%

Source: Sondage Décima, 2008

Question: Combien de ... avez-vous acheté(e)s au cours de la dernière année, que ce soit pour vous ou pour quelqu'un d'autre?

## **Achat de musique selon l'âge (Canadiens de 15 ans et plus)**

Achats	15 - 19 ans	20 - 34 ans	35 - 49 ans	50 ans et plus
CD de musique	81%	81%	84%	71%
DVD de musique	51%	34%	43%	40%
Albums complets payés et téléchargés sur Internet	38%	18%	11%	5%
Chansons individuelles payées et téléchargées sur Internet	57%	26%	22%	9%
Sonneries	52%	25%	13%	2%

Source: Sondage Décima, 2008

Question: Combien de ... avez-vous acheté(e)s au cours de la dernière année, que ce soit pour vous ou pour quelqu'un d'autre?

Chez les Canadiens ayant fait l'achat d'au moins un CD de musique au cours de la dernière année, le tiers des CD achetés était d'artistes canadiens (34 %). Pour les DVD de musique, cette proportion était de 29 %. Chez les internautes, approximativement le quart des albums complets (27 %) et des chansons individuelles (25 %) achetés sur le Web étaient d'artistes canadiens, tandis que ce pourcentage était légèrement inférieur pour les sonneries (18 %). Tout comme pour les habitudes d'écoute, l'achat de musique d'artistes canadiens était généralement plus élevé chez les Québécois et moins élevé chez les jeunes de 15 à 19 ans.

## Téléchargements non payés

Parmi les Canadiens qui possédaient un ordinateur en 2008, un peu plus du quart ont dit avoir téléchargé de la musique sans la payer au cours des 12 derniers mois. Cette proportion était de trois sur cinq (59 %) chez les jeunes de 15 à 19 ans, et de deux sur cinq dans le groupe des 20 à 34 ans. À l’opposé, moins de 10 % des personnes de 50 ans et plus ont affirmé télécharger du contenu musical sans payer.

Parmi les pièces musicales téléchargées sans paiement, la plus importante proportion (58 %) provenait de réseaux d’échange de fichiers poste à poste.

## Facilité à trouver de la musique canadienne

Environ trois Canadiens sur quatre (77 %) ont affirmé trouver facilement de la musique d’artistes canadiens en magasin. Notons que la proportion était encore plus élevée chez les répondants du Québec, avec 87 %.

Parmi les Canadiens ayant accès à Internet en 2008, moins de la moitié (47 %) ont affirmé trouver facilement de la musique d’artistes canadiens en ligne. Environ 70 % des jeunes de 15 à 19 ans – qui étaient plus enclins à acheter de la musique en ligne – considéraient qu’ils pouvaient facilement trouver de la musique d’artistes canadiens en ligne. À l’opposé, moins de 30 % des Canadiens de 50 ans et plus qui avaient accès à Internet en 2008 ont indiqué trouver facilement en ligne de la musique d’artistes canadiens<sup>26</sup>.

## Spectacles

Trois Canadiens sur cinq ont assisté à au moins un spectacle de musique au cours de la dernière année. Les Canadiens ont assisté en moyenne à cinq spectacles au cours de cette période, et une importante part (58 %) des spectacles auxquels ils ont assisté mettaient en vedette des artistes d’ici.

Chez les Canadiens ayant assisté à au moins un spectacle de musique au cours de la dernière année, un peu moins de la moitié (48 %) a indiqué avoir fait l’acquisition de disques compacts ou vidéos de musique lors de ces événements, pour une valeur moyenne de 27 \$ par spectacle. Environ le tiers d’entre eux ont par ailleurs acheté d’autres types d’articles et, chez ces derniers, la valeur moyenne des achats était de 38,50 \$.

## Attitudes vis-à-vis la musique canadienne

Le sondage Décima réalisé pour le compte de Patrimoine canadien cherchait aussi à évaluer les attitudes des Canadiens envers la musique d'ici, de même que leur perception de la qualité de la musique canadienne

Près de neuf Canadiens sur dix ont affirmé qu'écouter de la musique contribue à leur qualité de vie et un pourcentage tout aussi considérable (89 %) a indiqué qu'il était important pour les Canadiens d'avoir accès à de la musique d'artistes canadiens<sup>27</sup>. La plupart (71 %) d'entre eux croyaient également qu'il était important d'acheter de la musique d'artistes canadiens.

Par ailleurs, une majorité de Canadiens considéraient bien connaître les artistes d'ici; environ sept sur dix ont affirmé qu'ils les connaissaient très bien (19 %) ou plutôt bien (51 %).

Notons enfin qu'en 2008, 90 % des Canadiens croyaient que la qualité de la musique d'artistes canadiens était meilleure ou comparable à celle d'artistes étrangers.

### Attitudes à l'égard de divers énoncés au sujet de la musique (Canadiens de 15 ans et plus)

Énoncés	En accord
Écouter de la musique contribue à ma qualité de vie	86%
Il est important que les Canadiens aient accès à de la musique d'artistes canadiens	89%
Je crois qu'il est important d'acheter de la musique d'artistes canadiens	71%
	<b>Bonne connaissance</b>
Dans quelle mesure connaissez-vous les artistes de musique canadiens?	70%
	<b>Qualité égale ou meilleure</b>
Comment évaluez-vous la qualité de la musique produite par les artistes canadiens comparativement à celle produite par des artistes étrangers?	90%

Source: Sondage Décima, 2008



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



### III. Droit d'auteur sur les œuvres musicales au Canada



### III. Droit d'auteur sur les œuvres musicales au Canada

Les politiques et les lois sur le droit d'auteur sont conçues pour assurer la reconnaissance et la protection juridique des droits économiques et moraux des créateurs, tout en considérant les besoins des usagers. La portée du droit d'auteur a changé avec le temps, en suivant l'évolution des techniques et les notions sociales contemporaines. Une protection bien conçue des droits d'auteur est essentielle au développement d'un contenu culturel et à l'essor de l'économie fondée sur le savoir.

L'administration du droit d'auteur sur les œuvres musicales se fait généralement par l'entremise de sociétés de gestion collective, qui administrent les droits d'auteur d'un nombre important de titulaires. Elles peuvent

accorder la permission d'utiliser leurs œuvres et préciser les conditions qui s'y rattachent. Elles perçoivent des redevances auprès des utilisateurs d'œuvres musicales protégées par le droit d'auteur et les distribuent aux titulaires, c'est-à-dire les auteurs, compositeurs, artistes-interprètes, éditeurs de musique et producteurs d'enregistrements sonores qu'elles représentent.

La gestion collective des droits d'auteur est assez répandue au Canada. Les principales sources de revenus des titulaires de droits proviennent des montants perçus pour l'exécution publique d'œuvres musicales, les redevances relatives à la copie privée et les droits de reproduction mécanique<sup>28</sup>.

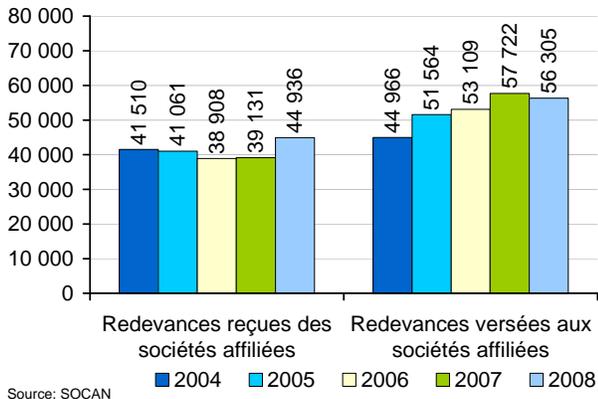
#### Droits d'exécution publique

La Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) administre les droits d'exécution publique d'œuvres musicales pour le compte de créateurs et éditeurs de musique canadiens, ainsi que des sociétés affiliées qui représentent des auteurs, compositeurs et éditeurs étrangers. La SOCAN veille ainsi à ce que ses membres soient rémunérés lorsque leurs œuvres musicales sont exécutées soit à la radio, à la télévision, sur scène ou dans un endroit public.

Les recettes totales<sup>29</sup> provenant des sociétés internationales affiliées, par exemple l'ASCAP<sup>30</sup> et le BMI<sup>31</sup> aux États-Unis, principale source de redevances de la SOCAN, ont augmenté entre 2007 et 2008, passant de 39,1 millions de dollars à 44,9 millions de dollars.

Les redevances versées par la SOCAN à ses membres et à ses sociétés internationales affiliées au cours de l'année 2008 s'élevaient à 176,3 millions de dollars, un montant similaire à l'année précédente. Plus des deux tiers de ces redevances, ou 120 millions de dollars, ont été versés aux auteurs, compositeurs et éditeurs de musique canadiens.

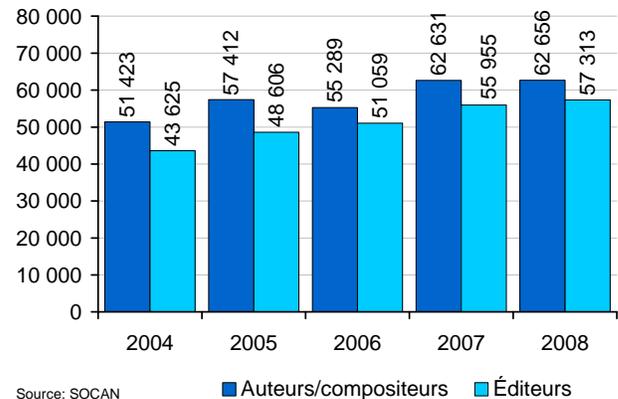
### Redevances versées aux sociétés affiliées par la SOCAN ou reçues par la SOCAN des sociétés affiliées (milliers de dollars)



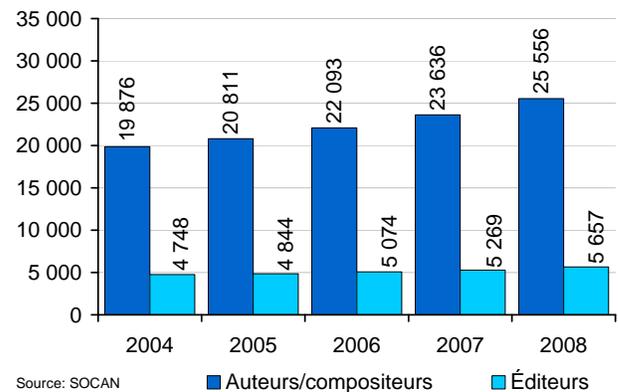
Après avoir accusé un léger recul en 2006, les montants versés aux auteurs et aux compositeurs ont augmenté de 13 % en 2007 et se sont maintenus en 2008, totalisant 62,7 millions de dollars. Le nombre d'auteurs et de compositeurs canadiens recevant des redevances relatives à l'exécution publique a maintenu sa croissance et s'élevait à 25 556 en 2008. La même année, 5657 éditeurs de musique se sont partagés plus de 57 millions de dollars en redevances. Le nombre d'éditeurs ayant reçu des redevances en 2008 a augmenté de 7 % par rapport à l'année précédente, tandis que le montant des redevances perçues est aussi légèrement à la hausse (2 %).

Depuis 2004, les montants versés aux membres ont progressé de 26 %. Le nombre de titulaires de droits ayant reçu une compensation a également augmenté progressivement depuis 2004.

### Redevances de la SOCAN versées aux auteurs/compositeurs et éditeurs (milliers de dollars)

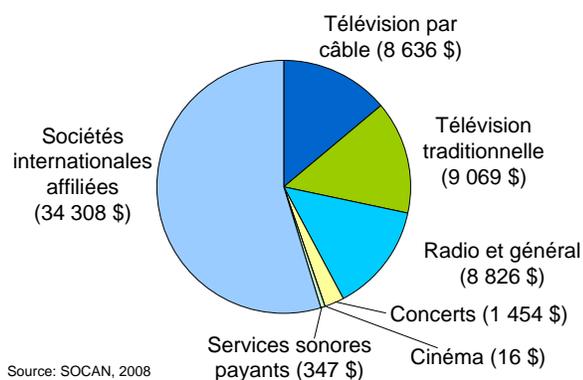


### Nombre d'auteurs/compositeurs et d'éditeurs ayant reçu des redevances de la SOCAN



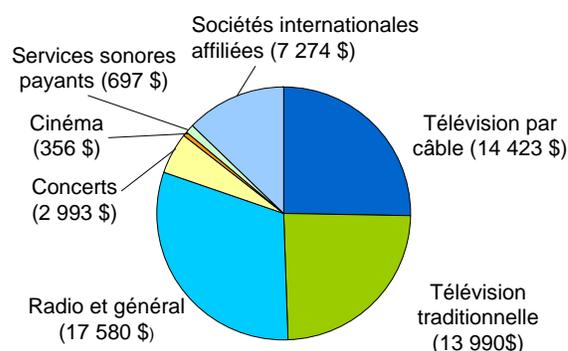
Les redevances réparties auprès des auteurs/compositeurs provenant du cinéma, des concerts, de la télévision par câble, de la radio et des licences générales ont toutes augmenté en 2008, incluant notamment une hausse de 13 % pour la télévision par câble. Les redevances provenant de la télévision traditionnelle et des sociétés internationales affiliées ont diminué légèrement par rapport à 2007, tandis que celles provenant des services sonores payants ont reculé de 23 % étant donné un changement au tarif<sup>32</sup>.

### Redevances de la SOCAN versées aux auteurs/compositeurs selon la source (milliers de dollars)



Chez les éditeurs de musique, les redevances provenant de la télévision par câble prennent de plus en plus d'importance. Ces dernières ont progressé de 17 % entre 2007 et 2008, et ont ainsi contribué à la plus forte augmentation en valeur monétaire. La principale source de redevances pour les éditeurs de musique demeure la radio et les licences générales, dont les montants répartis ont augmenté de 7 % en 2008. Mis à part les redevances provenant du cinéma (+ 51 %), les sommes versées aux éditeurs par la SOCAN ont diminué pour chacune des autres sources en 2008<sup>33</sup>.

### Redevances de la SOCAN versées aux éditeurs selon la source (milliers de dollars)



## Redevances relatives à la copie privée

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 à la copie pour usage privé d'œuvres musicales. Créé afin d'aborder la pratique répandue de reproduire des enregistrements sonores à des fins privées, le régime de copie pour usage privé comprend trois éléments fondamentaux : 1) il légalise la copie privée d'enregistrements sonores sur certains supports audio; 2) il compense les titulaires de droit; 3) il impose une redevance aux importateurs de supports audio vierges qui servent habituellement à la copie de musique pour usage privé.

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 2008, sur des recettes totales de 29,3 millions de dollars, la SCPCP a réparti une somme de 27,6 millions de dollars entre les sociétés de gestion qui représentent les titulaires de droit que sont les auteurs/compositeurs, les artistes-interprètes et les producteurs d'enregistrements sonores. Jusqu'à présent, l'organisme a distribué plus de 173 millions de dollars des 234 millions de dollars de redevances qu'elle a perçues entre 2000 et 2008<sup>34</sup>.



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada



## IV. Notes



---

<sup>1</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), *Recording Industry in Numbers 2009*. Les données sont basées sur la valeur en gros des enregistrements sonores et non sur leur valeur au détail. La valeur en gros représente les recettes des maisons de disques, après déduction des escomptes, remises ou taxes. Les tendances sur plusieurs années sont présentées en dollars américains, fixés au taux de 2008. Les devises locales historiques sont ainsi converties en dollars américains par l'IFPI en utilisant le taux de change moyen de 2008. Notons que l'IFPI inclut désormais certaines redevances d'exécution dans le calcul de la valeur globale des enregistrements sonores. La valeur des ventes numériques est incluse dans les données depuis 2004.

<sup>2</sup> IFPI. Les revenus commerciaux de 1999 ont été fixés au taux de 2008 par Patrimoine canadien aux fins du calcul de l'écart en pourcentage.

<sup>3</sup> Le format numérique avait enregistré des recettes de 3,050 milliards de dollars (américains) en 2007 selon l'IFPI, tandis que les recettes pour le format physique s'élevaient à 16,350 milliards de dollars (américains).

<sup>4</sup> IFPI, *Recording Industry in Numbers 2009*, page 85. Les États-Unis sont à la source de 47,1 % des revenus commerciaux provenant des ventes numériques mondiales, tandis que le Canada représente 2 % de ces revenus.

<sup>5</sup> IFPI, *Recording Industry in Numbers 2009*. Contrairement aux données mondiales, les données sur le marché canadien sont exprimées en dollars courants. La valeur des ventes numériques est incluse à compter de 2004. Certaines redevances d'exécution sont incluses dans le calcul des ventes canadiennes à compter de 2006 seulement.

<sup>6</sup> Selon l'IFPI, le format physique a produit des revenus commerciaux (valeur en gros) de 453,7 millions de dollars (canadiens) en 2007.

<sup>7</sup> IFPI, *Recording Industry in Numbers 2009*. Abonnements (11 %) et autres (7 %).

<sup>8</sup> Le format physique inclut les CD, DVD, LP et cassettes. Il faut noter que les données de Nielsen SoundScan publiées dans ce profil peuvent varier des données de ventes unitaires apparaissant dans le Profil économique 2006 de l'industrie canadienne de la musique. Ce dernier document présentait les ventes unitaires selon la méthode de collecte de l'IFPI, méthode qui diffère de celle utilisée par Nielsen SoundScan.

<sup>9</sup> Nielsen SoundScan, données de fin d'année, 2004 à 2008. Inclut les ventes d'albums numériques.

<sup>10</sup> Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes dont les albums se classent au palmarès des 2000 meilleurs vendeurs de Nielsen SoundScan. Notons que les ventes unitaires enregistrées par les albums se classant au palmarès des 2000 meilleurs vendeurs représentaient 67 % des ventes unitaires totales sur le marché canadien en 2008 selon Nielsen SoundScan. Le palmarès SoundScan des 2000 meilleurs vendeurs inclut les ventes d'albums numériques.

<sup>11</sup> En 2008, 410 albums d'artistes canadiens figuraient dans les 2000 meilleurs vendeurs de Nielsen SoundScan, et ces albums ont engendré des ventes totales de 5,102 millions d'unités (ventes moyennes de 12 445 unités). Les 1248 albums d'artistes étrangers figurant sur ce palmarès ont produit des ventes de 15,831 millions d'unités (ventes moyennes de 12 685 unités).

<sup>12</sup> Patrimoine canadien détermine la nationalité et le profil linguistique des artistes dont les pistes numériques se classent au palmarès des 2000 pistes individuelles les plus téléchargées selon Nielsen SoundScan. Notons que les ventes unitaires produites par les pistes se classant au palmarès des 2000 pistes les plus téléchargées représentaient 43 % des ventes totales de pistes numériques en 2008 selon Nielsen SoundScan.

<sup>13</sup> Il est à noter que les 100 albums les plus téléchargés représentent moins de 20 % des ventes totales d'albums numériques. Il faut donc faire preuve de prudence dans l'interprétation de la part des albums d'artistes canadiens dans ce palmarès.

---

<sup>14</sup> Sources : *Canadian Music Industry Database* (CMID) et la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ). Le recensement des nouveaux albums étant un processus continu, les données sont révisées à mesure que les nouveautés de centaines de maisons de disque sont prises en compte. Les résultats pour une année donnée peuvent donc varier légèrement comparativement à une publication antérieure. Au moment de publication les données pour 2008 faisaient état de 2465 nouveaux albums.

<sup>15</sup> Patrimoine canadien assure la réconciliation des résultats selon le genre, lesquels peuvent varier entre les deux sources de données (la CMID et la SOPROQ).

<sup>16</sup> Depuis 2005, Statistique Canada utilise une nouvelle méthodologie pour la collecte des données financières et opérationnelles nécessaires à la production de statistiques sur l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. Entre autres, les données recueillies sont maintenant basées sur un échantillon d'entreprise, lequel représenterait 95 % des recettes totales de l'industrie. Par ailleurs, le sondage administré à cet échantillon varie tous les deux ans, ce qui veut dire que certaines données ne peuvent être suivies chaque année. Il n'est également plus possible de comparer les données recueillies avant 2005 à celles recueillies selon la nouvelle méthodologie.

<sup>17</sup> Statistique Canada recueille ce type de données à tous les deux ans. Ces données n'étaient disponibles que pour 2005 et 2007 au moment de publication.

<sup>18</sup> Certaines des certifications ont été accordées au cours de l'année 2008, selon les anciens seuils de ventes (or=50 000, platine=100 000) alors que d'autres selon les nouveaux critères (or=40 000, platine=80 000).

<sup>19</sup> Aux États-Unis, les certifications sont attribuées par la Recording Industry Association of America selon le nombre de copies distribuées. Certification or = 500 000 unités, certification platine = 1 000 000 unités.

<sup>20</sup> Certifications décernées par l'organisme British Phonographic Industry (BPI) au Royaume-Uni. Certification or = 100 000 unités, certification platine = 300 000 unités

<sup>21</sup> Certification or = 75 000 unités

<sup>22</sup> *Dark Horse* a été certifié platine aux États-Unis le mois suivant sa sortie tandis que *All the Right Reasons*, paru en 2005, a été certifié deux fois platine au Royaume-Uni.

<sup>23</sup> Centre de recherche Décima, *Attitudes et comportements à l'égard de la musique canadienne*, 2008. Sondage d'opinion publique effectué auprès de 1505 Canadiens de 15 ans et plus. Entrevues téléphoniques administrées du 24 juin au 15 juillet 2008. Le rapport est disponible à l'adresse [http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgs-c-tpsgc-por-ef/canadian\\_heritage/2008/008-08-f/rapport.pdf](http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgs-c-tpsgc-por-ef/canadian_heritage/2008/008-08-f/rapport.pdf)

<sup>24</sup> *Recherche Internet Canada*, 2007. Tous les résultats de l'étude se trouvent sur le site Web <http://www.canadianinternetproject.ca/en/publications.htm>

<sup>25</sup> Tous les répondants ont été sondés sur leurs achats de CD et DVD de musique, tandis que les répondants ayant accès à Internet ont été questionnés sur les téléchargements payants d'albums complets et de chansons individuelles. Seuls les répondants disposant d'un téléphone cellulaire ont été questionnés sur l'achat de sonneries.

<sup>26</sup> Notons que ces pourcentages sont calculés selon l'ensemble des Canadiens ayant accès à Internet. Ils incluent donc une proportion d'Internauts qui n'effectuent pas d'achats en ligne, et cette proportion peut varier d'un groupe démographique à l'autre.

<sup>27</sup> Inclut les répondants ayant indiqué être 'en accord' ou 'fortement en accord'.

---

<sup>28</sup> Les droits mécaniques sont des montants versés aux compositeurs, aux auteurs-compositeurs et aux éditeurs lorsque les 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* (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 montants des redevances associées aux droits de reproduction mécanique ne sont pas disponibles pour diffusion publique. Il est cependant possible de consulter les données de l'année 2005 publiées lors d'une étude spéciale et résumées dans le Profil économique 2006 de l'industrie canadienne de la musique, document accessible sur demande.

<sup>29</sup> 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.

<sup>30</sup> American Society of Composers, Authors and Publishers.

<sup>31</sup> Broadcast Music Incorporated.

<sup>32</sup> Redevances de la SOCAN versées aux auteurs et compositeurs selon la source en 2007 (en milliers) : télévision par câble (7618 \$), télévision traditionnelle (9294\$), radio et général (8601\$), concerts (1387\$), cinéma (15 \$), services sonores payants (451 \$), sociétés internationales affiliées (35 265 \$).

<sup>33</sup> Redevances de la SOCAN versées aux éditeurs selon la source en 2007 (en milliers): télévision par câble (12 311 \$), télévision traditionnelle (14 327 \$), radio et général (16 476 \$), concerts (3860 \$), cinéma (236 \$), services sonores payants (872 \$), sociétés internationales affiliées (7873 \$).

<sup>34</sup> Données provenant de la rubrique " Aspects financiers importants " du site Web de la SCPCP, <http://cpcc.ca/francais/aspectsFin.htm> (consultée le 9 novembre 2009).