

**Document présenté dans le cadre des consultations
prébudgétaires 2021-2022 du gouvernement du Québec**

Janvier 2021

**L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE LA MUSIQUE : MAINTENIR
NOTRE CHANSON BIEN VIVANTE PENDANT UNE AUTRE
ANNÉE DE CRISE**



Demandes de l'ADISQ — Consultations prébudgétaires du gouvernement du Québec 2021-2022

Au cours de l'année à venir, l'industrie de la musique évoluera encore dans un contexte de crise:

- 1- Reconduction et annualisation du soutien exceptionnel accordé aux entreprises responsables de la production et de la commercialisation de la musique dans le cadre du [Plan de relance économique du milieu culturel](#) en raison de la COVID-19 — 50 M\$ / un an
- 2- Reconduction et annualisation de la mesure d'aide temporaire au spectacle présentiel en raison de la COVID-19 (aide bénéficiant à l'ensemble des secteurs en arts de la scène) accordée dans le cadre d'une [mise à jour](#) du Plan de relance économique du milieu culturel — 80 M\$ / un an

La crise perdurant, l'aide d'urgence octroyée en 2020 – adéquate – doit être maintenue

- En juin 2020, le gouvernement a octroyé 33,5 M\$ à l'industrie de la musique par le biais de la SODEC, pour la soutenir pour une période de crise de 7 mois. Le milieu de la musique continuera d'évoluer dans un contexte de crise aigüe pendant la prochaine année.
- En septembre 2020, le gouvernement a ajouté une aide de 50 M\$ bénéficiant à l'ensemble des arts de la scène afin de soutenir l'écosystème entier pendant la période de fermeture ou d'activités à jauges réduites des salles, pour une période de six mois. Les salles continueront d'être fermées ou d'opérer à jauges réduites toute l'année.

L'industrie de la musique au Québec : des entreprises locales et indépendantes qui font rayonner nos artistes et créent de l'emploi

L'ADISQ

Plus de 200 entreprises québécoises indépendantes, responsables **de plus de 95 %** de la production de disques, de spectacles et de vidéos **d'artistes d'ici chantant en français** :

- production de disques, de spectacles et de vidéos
- maisons de disques
- gérance d'artistes
- distribution de disques
- maisons d'édition
- agences de spectacles
- salles et diffuseurs de spectacles

Un tel écosystème est unique au monde. Partout ailleurs, la production musicale est le fait des majors, des multinationales américaines.

L'industrie québécoise de la musique, en temps normal, en quelques chiffres clés :

- 85 % des revenus sont autonomes. En moyenne, les marges bénéficiaires des entreprises sont de 8 %. L'effet de levier produit par les 15 % d'aide publique est crucial.
- Bien que la production d'enregistrements sonores soit au cœur de l'industrie musicale, plus de 70 % des entreprises du secteur produisent des spectacles. Selon une étude préliminaire non publiée de la SODEC, en 2018, les revenus des entreprises du PADISQ se chiffrent à 191,6 M\$, dont 58 % découlent du spectacle.
- Des investissements massifs en main-d'œuvre. En moyenne, ils représentent :
 - 66 % des coûts de production d'un enregistrement sonore;
 - 75 % des coûts de production d'un spectacle.

Le budget 2020-2021 a octroyé une aide supplémentaire historique à la musique : une reconnaissance de l'urgence d'agir dans notre secteur, même en temps normal

10 mars 2020 : soutien historique à la musique

Le gouvernement du Québec, en octroyant plus de 50 M\$ sur cinq ans pour l'industrie de la musique avec son budget 2020-2021, fournissait une aide financière sans précédent aux entreprises du secteur.

Ce soutien, que l'ADISQ avait applaudi, témoigne de l'importance de notre musique pour le gouvernement. Il s'agit aussi d'une reconnaissance de la fragilité de cet écosystème, ébranlé par deux décennies de transformation, qui, en raison d'un laisser-aller réglementaire et législatif, a engendré un marché inéquitable et plus déséquilibré que jamais.

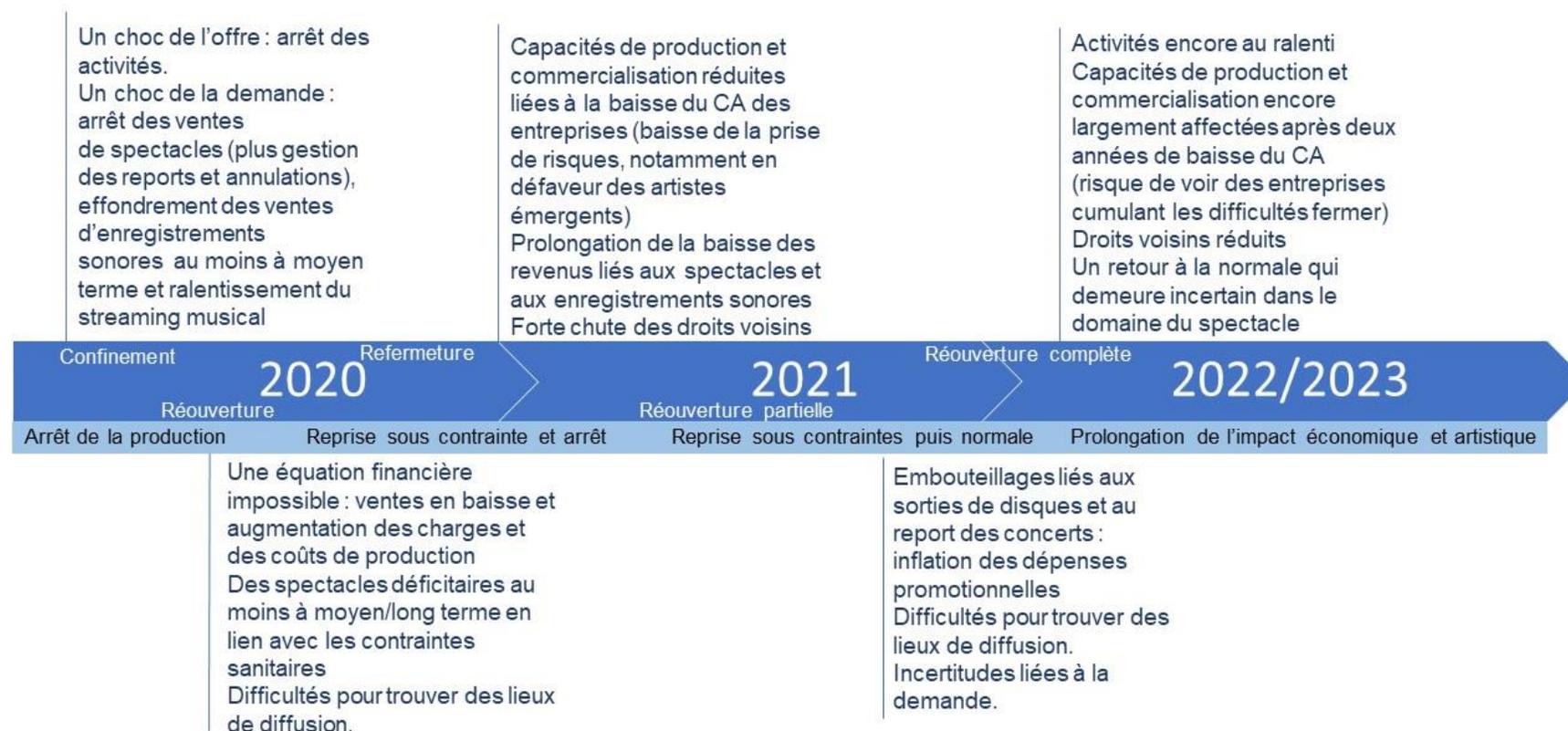
12 mars 2020 : le choc

Il y a 10 mois, la pandémie de COVID-19 frappait de plein fouet notre industrie, forçant la fermeture des salles de spectacle partout dans la province. Ces dernières sont toujours fermées et les ravages causés par la pandémie, profonds, sont impossibles à mesurer dans leur entièreté.

À l'horizon, une certitude se dessine : l'année 2021 sera encore plus difficile que celle qui se termine.

Notre demande vise à maintenir la capacité d'investissement de nos entreprises et les effets d'entraînement qu'ils génèrent afin d'éviter que ce choc transitoire et exogène devienne persistant, entraînant notamment de nombreuses faillites.

COVID-19 : Un choc violent avec des conséquences économiques s'inscrivant dans la durée



Malgré tout, la musique d'ici continue de jouer son rôle pendant la crise

Une aide à la hauteur de la crise

Rassembleuse et source de fierté, notre chanson est au cœur de l'identité québécoise : un fait reconnu par le gouvernement. Prouvant son attachement à cette dernière, dès le début de la crise, le gouvernement a dégagé des sommes importantes en suivant les vagues de fermeture. Parmi les 450 M\$ dégagés pour le secteur culturel :

1^{er} juin : 33,5 M\$ pour le milieu de la musique

- La SODEC a ainsi soutenu des initiatives innovantes, des spectacles numériques, la production d'albums, etc., pendant une période de sept mois.

2 octobre : 50 M\$ pour l'ensemble des arts de la scène

- Cette mesure, audacieuse et innovante, a permis pendant six mois aux entreprises de maintenir une offre de spectacles malgré l'incertitude. Ce faisant, ce sont aussi des salariés, des pigistes et de nombreux artistes interprètes et musiciens qui ont pu demeurer actifs.

Des aides qui ont permis le maintien et le développement d'activités soutenues

Maintien de la production et de la commercialisation d'albums

- Plus de 500 albums francophones lancés malgré la fermeture des salles et des magasins.

Maintien d'une offre de spectacles traditionnelle et développement d'une offre de spectacles innovante

- En salle, dans les ciné-parcs, dans les festivals : dès qu'il leur a été possible de se produire devant public, les artistes de la musique l'ont fait.

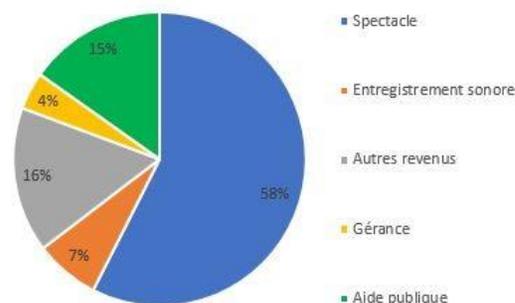
Développement d'activités numériques : des spectacles et des contenus audiovisuels dérivés

- S'il est difficile d'en faire le recensement exact, les initiatives numériques en musique se comptent par milliers : rapidement, les concerts improvisés dans les salons des artistes ont commencé à côtoyer une offre de plus en plus professionnelle.

Les artistes et leurs équipes n'ont pris aucune pause. On les a vus et entendus, ils nous ont permis de nous rassembler et de nous reconforter devant nos écrans d'ordinateur et de télévision.

Les revenus de l'industrie de la musique pendant la crise de la COVID-19 : des pertes drastiques qui continueront de s'accumuler

Répartition des revenus (2018-19)



Le rôle moteur du spectacle

Selon la SODEC, en 2018-2019, les revenus du spectacle ont représenté 58% du chiffre d'affaires d'un nombre significatif d'entreprises en musique et en spectacle, ce qui correspond à 111 M\$. Ces revenus sont, littéralement, à zéro depuis mars. Mais les pertes encourues vont bien au-delà des chutes en revenus de billetterie : le spectacle est un puissant moteur de consommation de la musique.

Étude de cas : les carrières des artistes se construisent sur le long terme

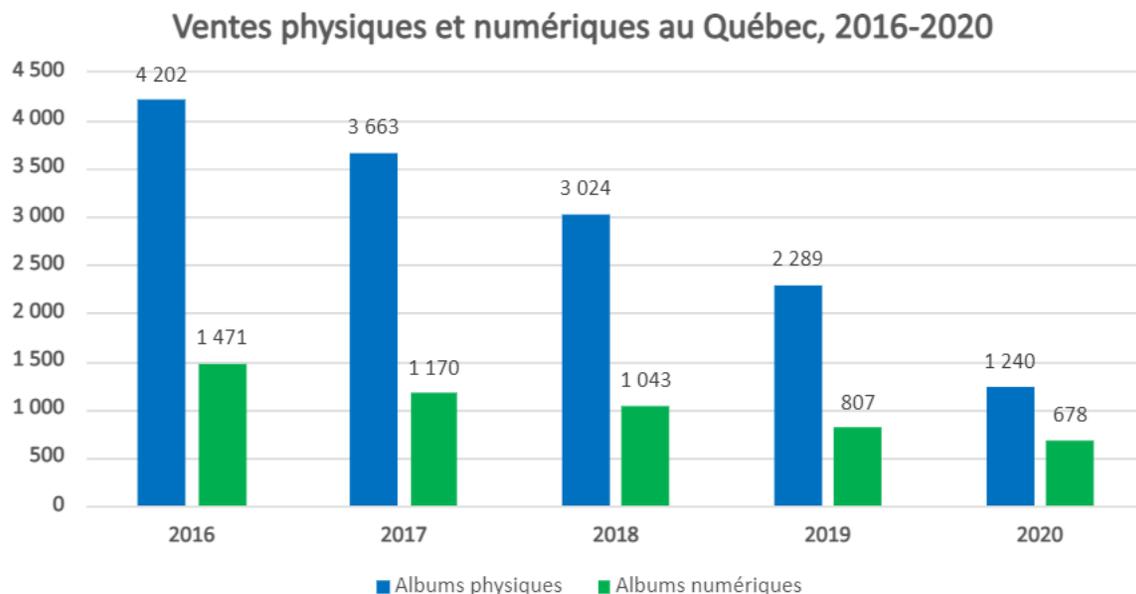
En 2019, Bonsound, une entreprise d'ici spécialisée en gérance, production de spectacles et commercialisation d'albums qui emploie 24 personnes à temps plein, avait travaillé sur 764 spectacles pour lesquels près de 230 pigistes avaient été embauchés. En 2020, l'entreprise a plutôt consacré ses énergies à reporter et annuler des centaines de représentations et à créer de nouvelles rencontres, surtout audiovisuelles et numériques, avec le public.

« Alors que les revenus découlant de l'enregistrement ont chuté radicalement au cours des dernières années, le spectacle est plus important que jamais. Aujourd'hui, développer une carrière en musique, c'est miser sur une myriade de stratégies et d'actions qui, prises individuellement, rapportent peu, surtout à court terme. Le vrai succès se construit sur plusieurs années. »

La COVID a brisé brutalement l'élan de certaines d'artistes au pays. Les pertes sont loin de s'arrêter aux revenus de billetterie. Elles se mesurent aussi en investissements perdus, et surtout, en temps volé - les mois perdus ne seront jamais rattrapés. »

Gourmet Délice, Directeur développement des affaires,
Bonsound.

Sans spectacle, le cercle vertueux de la commercialisation de la musique est brisé



Les ventes d'enregistrements sonores, déjà en forte baisse, ont diminué radicalement

En 2020, les ventes d'albums physiques, durement touchées par la fermeture des magasins au printemps, ont chuté de 46% : il s'agit de la baisse la plus importante jamais enregistrée d'une année à l'autre. Les ventes d'albums numériques, loin de compenser cette perte, ont quant à elles poursuivi leur descente, diminuant de 16%. Enfin, les pistes numériques ont décliné de 23%.

Baisse des droits voisins : un effet collatéral à venir

La baisse majeure des ventes d'albums en cours depuis plusieurs années fait en sorte que la rentabilisation de l'enregistrement sonore s'atteint maintenant en bonne partie grâce aux droits voisins. Or, la baisse des revenus de publicité des médias radiophoniques et télévisuels, la fermeture des restaurants, bars et magasins engendrera une baisse importante de ces revenus, laquelle se fera sentir avec un an de retard. La SOPROQ estime qu'au Canada, cette baisse sera de l'ordre de 40%.

Écoute en continu (*streaming*): l'élan de la musique québécoise freiné par la crise

Présence québécoise au top 10 000 chansons les plus écoutées sur les services d'écoute en continu au Canada (audio seulement)						
	2017	2018	2019	2020	Variation 17-20	Variation 19-20
Écoutes de chansons québécoises francophones	25 090 322	94 262 932	164 050 037	147 043 968	486%	-10%
Écoutes de chansons québécoises anglophones	96 612 041	90 846 127	109 927 018	112 241 295	16%	2%
Écoute de chansons québécoises instrumentales et autres langues	608 383	1 977 399	14 102 448	25 550 909	4100%	81%
Écoute de chansons québécoises - TOTAL	122 310 746	187 086 458	288 079 503	284 836 172	133%	-1%
Cumul des 10 000 chansons les plus écoutées	21 023 473 144	29 750 231 554	35 784 971 453	39 695 452 729	89%	11%

Les services d'écoute en continu posent de nombreux défis au milieu de la musique : les revenus en découlant sont minimes et, puisque ces services échappent aux règles de mise en valeur de nos contenus, la compétition y est particulièrement féroce. Pourtant, les artistes d'ici parvenaient jusqu'à maintenant, d'année en année, à y occuper une place grandissante : un élan brisé par la pandémie, puisque cette année, moins de chansons d'ici y ont été écoutées que l'an dernier.

Assurément, l'absence des spectacles, puissant moteur de consommation musicale, y est pour quelque chose, de même que la compétition des artistes internationaux, eux aussi en quête accrue de revenus et de visibilité, mais dotés de moyens colossaux en comparaison des nôtres.

Spectacle numérique : un outil complémentaire, un modèle d'affaires encore à trouver

Un public au rendez-vous, mais une monétisation à mettre en place

Les spectacles numériques ne remplaceront pas l'expérience humaine et pourront, au mieux, devenir une source de revenus complémentaire. N'empêche, au cours des derniers mois, ils se sont imposés pour répondre au besoin des artistes et du public de rester en contact.

Si le public a été au rendez-vous, il a toutefois fallu l'accompagner dans ce nouveau mode de consommation culturelle pour lequel il n'était pas forcément prêt à payer, tout en construisant les bases d'un modèle économique nouveau et en développant une expertise à part entière pour un type de production émergent.

À ce jour, le spectacle virtuel demeure un produit culturel nouveau, encore non rentable et dont les fondements techniques et socioéconomiques sont en train d'être mis en place.

Un outil complémentaire important pour les derniers mois de pandémie

Couteux en ressources et énergie pour des retombées financières encore aléatoires, les spectacles virtuels permettront de maintenir le lien avec le public et aux artistes de présenter leurs productions et travailler leur notoriété dans un contexte d'interdiction de spectacle ou de spectacles à jauge réduite (spectacles hybrides).

Ajoutons que les investissements réalisés en spectacles virtuels aujourd'hui, dans une phase que l'on pourrait qualifier de recherche et développement, peuvent permettre aux producteurs et à leurs équipes de développer une expertise nouvelle. Ce passage obligé devient un accélérateur de la transformation numérique de notre secteur.

2021 : un soutien public essentiel pour traverser une autre année noire

Amorcer une autre année de crise dans un contexte d'épuisement des ressources

En novembre 2020, après neuf mois de pandémie, l'ADISQ a rassemblé les dirigeants d'une cinquantaine d'entreprises du secteur pour faire le bilan des derniers mois et réfléchir à l'avenir.

Depuis mars dernier, ceux-ci travaillent sans relâche, dans un contexte de grande pression et d'épuisement des équipes. Ils ont dû annuler des centaines de spectacles, développer de nouvelles expertises, soutenir financièrement et moralement des artistes et leurs équipes fortement ébranlés par la situation.

Un constat se dégage : l'année 2021 sera encore plus difficile à traverser que 2020.

En effet, après 10 mois de crise aigüe, une autre année de crise se dessine. Sans soutien adéquat, beaucoup d'entreprises risquent être confrontées à un problème de solvabilité et ne plus avoir la trésorerie suffisante pour traverser les derniers mois de pandémie.

1- Reconduction et annualisation du soutien exceptionnel accordé aux entreprises dans le cadre du Plan économique de relance culturelle – 50 M\$

Une mesure qui reconnaît la nécessité de maintenir une structure entrepreneuriale indépendante et locale forte dans un contexte où les investissements dans les carrières des artistes doivent être maintenus alors que les revenus ont radicalement diminué. Concrètement, ces investissements permettront :

- la production et la commercialisation d'albums alors que ces activités se déroulent sans le spectacle, qui leur est essentiel;
- le développement de projets artistiques en présentiel innovants;
- la production et la diffusion de contenus numériques et audiovisuels innovants (spectacles numériques, vidéoclips, capsules, etc.);
- le développement d'une expertise numérique de pointe plus importante que jamais.

2- Renouvellement de la mesure d'aide temporaire de 80 M\$ au spectacle présentiel

Une mesure qui amenuise la prise de risques dans un contexte de grande incertitude, favorisant l'activité de l'ensemble de l'écosystème.

- le maintien d'une offre de spectacles en présentiel prête pour la relance;
- la rétention d'une main-d'œuvre spécialisée qui, confrontée à des mois de chômage, pourrait se réorienter.

Pour la musique, la crise ne prendra pas fin avec la réouverture des salles

À la réouverture, salles et diffuseurs, en position de force, bénéficieront d'une offre pléthorique et de nombreux projets en pâtiront

En 2021, la réouverture sera timide. Mais même lorsqu'on retrouvera la pleine capacité, la situation sera complexe pour de nombreux artistes et leurs équipes : on assistera à un engorgement de l'offre, et ce, tant en spectacle qu'en enregistrement sonore.

Tout au long de la crise, des productions continuent de voir le jour. À la réouverture, les salles et diffuseurs auront à leur disposition une offre d'une richesse inédite, qui cumulera les projets qui auraient dû être présentés en 2020, ceux nés pendant la crise et ceux qui continueront d'être créés. Cela est inévitable : après avoir eux aussi souffert, salles et diffuseurs se tourneront vers les projets leur assurant les revenus les plus importants, ce qui aura pour résultat de pénaliser les projets plus à risque, à savoir les productions:

- francophones;
- originales;
- d'artistes émergents;
- d'artistes œuvrant dans des créneaux spécialisés.

C'est la diversité et le renouvellement de notre paysage musical, qui fait pourtant la fierté des Québécois, qui sont en jeu.

Un effet d'engorgement qui continuera d'affecter l'industrie

Cet effet néfaste d'engorgement se fera sentir au moins pour trois ans. Pour le mitiger, il faudra augmenter les vitrines de diffusion et stimuler la demande de façon accrue.

Augmenter les vitrines

- Soutenir le développement du spectacle numérique, qui a pris un élan inédit pendant la pandémie et continuera de faire partie de notre paysage, alors qu'un grand nombre d'artistes ne réussiront pas à trouver leur place en salle au cours des prochaines années.
- Soutenir la production de contenus audiovisuels (vidéoclips, capsules, etc.) visant à maintenir le lien avec les publics.

Stimuler la demande : des efforts de commercialisation accrus, individuellement et collectivement

- Développement de projets collectifs
- Développement d'une expertise numérique intégrant une main d'œuvre qualifiée en vue d'optimiser les efforts de commercialisation