



Association canadienne de la musique indépendante

Le 5 août 2016

Comité permanent des finances
131, rue Queen
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

RÉSUMÉ

La CIMA félicite le gouvernement pour son investissement continu dans les artistes canadiens et dans les entreprises canadiennes qui travaillent fort et qui les soutiennent. La continuité du Fonds de la musique du Canada (FMC) et l'augmentation du financement pour le Conseil des arts du Canada (CAC) et la SRC au budget de 2016 sont très appréciées. De plus, l'industrie de la musique souhaite participer aux révisions en cours de la législation dans son ensemble et des mécanismes de soutien qui affectent les industries culturelles, lesquelles fournissent traditionnellement de robustes bienfaits économiques et culturels à notre pays.

L'augmentation de l'année dernière du financement du CAC était attendue depuis longtemps et bien accueillie par l'industrie de la musique dans son ensemble. Des fonds supplémentaires sont cependant requis, pour aider l'industrie de la musique commerciale, le secteur axé sur le marché de l'économie culturelle qui encourage la découverte, le développement et la promotion d'artistes canadiens émergents à l'échelle du Canada.

Nous recommandons de faire fond de l'engagement du gouvernement en vue de soutenir la culture de deux principales façons :

- 1) Accroître le financement du Fonds de la musique du Canada à 30 millions de dollars, avec des hausses annualisées progressives au cours des cinq prochaines années.
- 2) Créer un Fonds d'exportation de la musique de 10 millions de dollars pour les sociétés canadiennes du domaine de la musique ainsi que leurs artistes.

CONTEXTE DE LA CIMA

La CIMA est une association commerciale nationale sans but lucratif représentant le segment de langue anglaise appartenant à des intérêts canadiens de l'industrie de la musique nationale. Ayant célébré son 40^e anniversaire en 2015, la CIMA représente divers membres de petites entreprises qui englobent des réalisateurs de disques, des étiquettes de disque, des studios d'enregistrement, des impresarios, des donneurs de licence, des producteurs et des directeurs de vidéoclip, des propriétaires du contenu créatif, des artistes entrepreneurs et d'autres professionnels de l'industrie de l'enregistrement. Le mandat de la CIMA est de développer des services professionnels et de recommander des politiques qui stimuleront la viabilité de l'industrie de la musique indépendante et rehausseront le profil de la musique canadienne à l'échelle nationale et mondiale.



Association canadienne de la musique indépendante

La CIMA représente plus de 260 sociétés et professionnels canadiens dans chaque province et au Yukon. Nos membres emploient plus de 2 400 personnes et représentent plus de 6 200 artistes canadiens. Les artistes exceptionnels soutenus par les membres de la CIMA englobent A Tribe Called Red, Carly Rae Jepsen, Tanya Tagaq, The Sheepdogs, Terra Lightfoot, Serena Ryder, Tegan et Sara, METRIC et bien d'autres.

La CIMA a commandité une importante étude sur l'industrie en 2015, *Over the Border and Into the Clubs* [EN ANGLAIS SEULEMENT], laquelle a été communiquée au gouvernement en avril dernier, faisant état des enjeux liés au passage de la frontière auxquels les musiciens canadiens doivent faire face lorsqu'ils sont en tournée aux États-Unis¹. Cet automne nous publierons une étude similaire portant sur les coûts et les stratégies liés à l'exportation de musique canadienne dans le monde. D'autres recherches sont également prévues pour les marchés latino-américains.

Pendant plus d'une décennie, la CIMA à titre de bureau d'exportation de musique, a aidé directement des entreprises du domaine de la musique canadiennes dans leurs activités d'exportation à l'échelle mondiale. Elle a pu le faire grâce à une aide considérable du gouvernement fédéral, du gouvernement de l'Ontario, des radiotélédiffuseurs et d'autres partenaires du secteur privé. Par l'entremise de ses marques Music Export Canada et Canadian Blast brands, la CIMA a dirigé des missions commerciales avec d'importants marchés de musique y compris les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Europe, l'Australie, Singapour et le Japon. Collectivement, ces missions ont engendré des ententes commerciales finalisées ou établies d'une valeur de plus de 120 millions de dollars entre 2007 et 2015.

MUSIQUE CANADIENNE INDÉPENDANTE

L'importante contribution de l'industrie de la musique au Canada permet de solidifier et de développer l'économie canadienne dans son ensemble. La musique indépendante a continuellement soutenu l'économie d'une façon bien plus importante que ce à quoi on s'attendait, étant donné la taille modeste de l'industrie et en comparaison aux puissances culturelles telles que les États-Unis.

Des études récentes ont démontré que les « médias audiovisuels et les médias interactifs » constituaient plus de 50 % de la croissance du PIB relié à la culture canadienne, avec des enregistrements sonores canadiens affichant une plus forte hausse (7,9 %) ². L'industrie de la musique a généré environ 430 millions de dollars à l'économie canadienne en 2015, une hausse de 8,3 % depuis son rendement en 2014 ³. Les entreprises de musique indépendante représentaient 21 % de ce total ⁴. Seulement 7,6 % des ventes d'étiquettes de disque

¹ Canadian Independent Music Association, *Over the Border and into the Clubs: Canada's Music Industry and the US Market*, 2016, <http://cimamusic.ca/wp-content/uploads/2016/05/Over-the-Border-and-into-the-Clubs-Canadas-Music-Industry-and-the-US-Market-2016-CIMA.pdf> [EN ANGLAIS SEULEMENT].

² Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture*, 2014, 2016, http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/150812/dq150812a-fra.htm?WT.mc_id=twtdquotidien/160511/dq160511a-eng.htm.

³ International Federation of the Phonographic Industry, *Global Music Report*, 2016 [EN ANGLAIS SEULEMENT].

⁴ Worldwide Independent Network, *WINTTEL 2015*, 2016 [EN ANGLAIS SEULEMENT].



Association canadienne de la musique indépendante

multinationales en activité au Canada, pendant ce temps, étaient générées par des artistes canadiens⁵. L'économie du Canada compte sur un secteur de musique canadienne prospère en vue de découvrir, développer, soutenir et promouvoir le talent local dans des marchés commerciaux au Canada et à l'étranger.

DONNER PLEIN POUVOIR AUX ARTISTES ET AUX COMMUNAUTÉS DIVERSES

En tant qu'industrie, la musique indépendante est particulièrement bien placée pour aider les artistes de divers contextes à établir leur carrière dans le secteur créatif en plus de raconter des histoires canadiennes originales. La nature locale de l'industrie, en outre, en fait un catalyseur naturel pour promouvoir la coopération, la créativité et forger l'identité au sein de diverses communautés locales et nationales. C'est dans le secteur de la musique indépendante que les créateurs sont les plus susceptibles de suivre des chemins peu conventionnels, en ce qui a trait aux décisions d'affaires aussi bien qu'aux styles de musique qu'ils créent.

En même temps, le « produit » d'une entreprise de musique est principalement une propriété intellectuelle intangible. Par conséquent, le système bancaire traditionnel a été réticent à fournir des capitaux aux entreprises du domaine de la musique de la même façon qu'aux industries locales. Les flux de trésorerie et l'accès aux capitaux sont deux principaux obstacles auxquels le secteur de la musique indépendante doit faire face de nos jours. Le coût moyen pour lancer un artiste afin qu'il perce dans un grand marché varie entre 200 000 dollars et 500 000 dollars américains⁶. Le coût est plutôt lord, surtout que 46 % de l'industrie de la musique du Canada anglais est constituée d'entreprises individuelles⁷.

Malgré les dépenses considérables engagées dans le cadre du développement, de l'enregistrement, des tournées, de la mise en marché et de la promotion d'un artiste, les entreprises de musique indépendante (et les étiquettes de disque, en particulier) assument ce risque en vue de lancer de la musique canadienne nouvelle et innovatrice. À la lumière des importants avantages économiques, culturels et sociaux qui découlent de l'innovation musicale au niveau indépendant, il est raisonnable qu'un financement important et soutenu soit alloué afin de protéger et soutenir les créateurs de musique indépendante qui sont les premiers à prendre de tels risques pour l'économie canadienne.

FONDS DE LA MUSIQUE DU CANADA

Le soutien du gouvernement du Canada joue un rôle important dans le succès continu de l'industrie de la musique canadienne. En effet, un tel soutien encourage le secteur de la musique à canaliser des capitaux essentiels au développement professionnel et artistique des artistes canadiens émergents.

⁵ Statistique Canada, *Enregistrement sonore et édition de musique*, 2013, 2015, http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/150812/dq150812a-fra.htm?WT.mc_id=twf.

⁶ International Federation of the Phonographic Industry, *Investing In Music*, 2014 [EN ANGLAIS SEULEMENT].

⁷ Canadian Independent Music Association, *Sound Analysis*, 2013 [EN ANGLAIS SEULEMENT].



Association canadienne de la musique indépendante

Le Fonds de la musique du Canada aide à préserver la sphère de musique canadienne en plein essor, permettant aux artistes et entrepreneurs d'avoir accès aux ressources dont ils ont besoin pour réaliser des enregistrements sonores, des vidéoclips, des tournées et des présentations, pour la mise en marché et pour des initiatives promotionnelles dans un marché numérique mondial en constante évolution⁸. Cela aide aussi à répondre aux besoins des consommateurs canadiens, qui veulent accéder à un large éventail de choix musicaux de haute qualité⁹.

Le FMC a rendu possible un grand nombre de réussites canadiennes qui comprend les carrières fulgurantes de Feist, METRIC, Rush et The Weeknd. En les aidant à surmonter les défis d'accès à des capitaux et de flux de trésorerie, le FMC offre une stabilité, des ressources et un encouragement essentiels au secteur de musique indépendante canadienne¹⁰.

Les entreprises de musique indépendante ont été par conséquent en mesure de générer plus de 300 millions de dollars annuels en PIB à l'économie canadienne¹¹. Malgré leurs petites tailles, ces entreprises ont également généré d'importantes recettes fiscales. Pour chaque dollar reçu en soutien du gouvernement, celles-ci apportent 1,42 dollar en impôts fédéral et provincial¹².

Le budget fédéral de cette année maintient un investissement annuel au FMC de 25,957 millions de dollars, une somme qui a connu des réductions avec l'ancien gouvernement. En vue de répondre aux coûts réels et aux pressions inflationnistes auxquels l'industrie de la musique doit faire face, la CIMA recommande d'accroître le FMC à 30 millions de dollars, avec des hausses annualisées progressives au cours des cinq prochaines années.

On s'attend à ce que les bénéfices radio globaux de FACTOR baissent d'environ 100 % d'ici 2020¹³. Bien que les créateurs de musique canadiens dépendent des organismes de subvention tels que FACTOR, Musicaction et Fonds radio Starmaker, qui sont également soutenus par des radiotélédiffuseurs privés, on ne peut pas se fier à ces types de financement à long terme. Aujourd'hui, et plus que jamais, les politiques fédérales canadiennes doivent être justes pour les *créateurs* et suivre le rythme des technologies des médias changeantes et des marchés numériques dans lesquels les produits culturels sont de plus en plus échangés.

Alors que les contributions en développement de contenu des radiodiffuseurs terrestres diminuent progressivement et que les « radiodiffuseurs en ligne » ne sont pas obligés à

⁸ Gouvernement du Canada, « Ministère du Patrimoine canadien : Fonds de la musique du Canada ». Mis à jour le 30 septembre 2015. <http://canada.pch.gc.ca/fra/1455738945646>

⁹ Évaluation sommative du Fonds de la musique du Canada, Direction des services d'évaluation, Direction générale des examens ministériels. Octobre 2007. Ministère du Patrimoine canadien.

¹⁰ FACTOR, 2015. *Annual Report 2014-2015* [en anglais]. http://factor.ca/wp-content/uploads/2015/06/FACTOR_Annual_Report_2014_2015-1.pdf [en anglais].

¹¹ CIMA, 2013.

¹² Idem.

¹³ FACTOR, 2016.



Association canadienne de la musique indépendante

l'heure actuelle de participer aux contributions de développement culturel, la CIMA recommande fortement d'accroître le FMC en vue de préserver la croissance, la diversité et la productivité de l'industrie de la musique canadienne¹⁴. En augmentant le financement de 5 millions de dollars avec des hausses annualisées progressives au cours des cinq prochaines années, cela permettra à l'industrie de continuer d'apporter un rendement du capital investi dynamique et important à l'économie canadienne.

Recommandation : 1) Accroître le financement du Fonds de la musique du Canada de 30 millions de dollars, avec des hausses annualisées progressives au cours des cinq prochaines années.

LE SOUTIEN DERRIÈRE LE SUCCÈS CANADIEN

Des programmes comme le FMC et l'incarnation précédente de Routes commerciales offraient du soutien aux artistes principalement au début de leurs carrières. Il faut aussi un programme de financement conçu pour aider les musiciens et les entreprises du domaine de la musique à des étapes plus avancées de leurs développements professionnels.

Des rétroactions des membres de la CIMA (ainsi que de l'industrie de la musique en général) suggèrent que le soutien du gouvernement devrait aussi promouvoir la croissance d'artistes et d'entreprises du domaine de la musique déjà établis, même *après* qu'ils ont connu un succès initial dans l'industrie. Un programme de financement plus diversifié capitaliserait un élan positif au sein de l'industrie et établirait un environnement commercial vigoureux dans lequel tous les professionnels du domaine de la musique (*y compris* les artistes) pourraient avancer dans leur carrière.

Un écosystème sain d'artistes de studio d'enregistrement, d'étiquettes de disque, de studios et de lieux de diffusion au Canada, permet d'élever à un autre niveau la productivité du secteur de la musique dans son ensemble. Une enveloppe de financement adéquate aux créateurs de musique établis est essentielle à la survie d'un tel écosystème créatif. Par conséquent, les artistes qui ont déjà atteint un niveau important de succès dans l'industrie de la musique seront plus forts pour « percer dans l'industrie » et devenir les prochaines figures emblématiques de la musique canadienne, à l'instar d'Arcade Fire, Sarah McLachlan et Drake.

Cet objectif peut être atteint en taillant sur mesure le nouveau programme **Routes commerciales** en vue de répondre aux objectifs d'exportation d'artistes déjà établis et qui sont sur le point d'atteindre un important succès mondial.

L'importance de financer et d'exploiter le potentiel commercial de nouveaux marchés mondiaux ne peut être surestimée. L'industrie de la musique canadienne doit intervenir dans les marchés dans le monde en vue d'être en concurrence et de maximiser nos rendements du capital investi. Malheureusement, les programmes de financement

¹⁴ Centre canadien de politiques alternatives, *An Over-the-Top Exemption: It's Time to Fairly Tax and Regulate the New Internet Media Services*, 2016 [EN ANGLAIS SEULEMENT].



Association canadienne de la musique indépendante

canadiens (et les limites qui s'y rattachent) ne fournissent pas l'investissement essentiel pour répondre aux besoins urgents de l'industrie de la musique canadienne. En ce moment, les programmes de soutien existants sont sursouscrits et sous financés. En augmentant immédiatement le FMC à 30 millions de dollars, cela aidera à répondre à certaines de ces pressions de financement. Cependant, une telle initiative doit se produire de pair avec la création d'un fonds dédié à l'exportation de la musique, spécialement conçu pour fournir diverses formes d'assistance autant aux artistes émergents qu'à ceux sur le point d'être en mesure d'exploiter pleinement les marchés internationaux.

Les entreprises du domaine de la musique canadiennes, les artistes et les associations de l'industrie telles que la CIMA sont tous véritablement actifs à l'exportation mondiale. Une recherche de l'industrie confirme qu'exporter à l'extérieur du Canada est dorénavant essentiel à la survie et à l'épanouissement des artistes et des sociétés indépendantes¹⁵. L'industrie de la musique canadienne jouit d'une histoire particulièrement longue quant à l'atteinte de succès dans des marchés étrangers, à titre d'exemple, les artistes tels que Joni Mitchell, Bryan Adams, Céline Dion et The Weeknd le démontrent. L'histoire peut se poursuivre encore plus loin en incluant un volet de financement dédié à l'exportation de la musique dans la nouvelle version de Routes commerciales qui sera conçu pour promouvoir une économie d'exportation de musique canadienne plus robuste.

La popularité grandissante des plateformes médiatiques telle que la diffusion en continu numérique réduit considérablement la capacité des créateurs de musique canadiens à percevoir des redevances ou des revenus des produits qu'ils créent. En même temps, celle-ci a intensifié son besoin d'atteindre des consommateurs dans des marchés étrangers tels que les États-Unis et l'Europe, tout en continuant de desservir les auditoires canadiens. Le monde de la musique n'a plus de frontières, de même que les occasions commerciales qui attendent nos entreprises membres et nos artistes aux talents exceptionnels.

La CIMA recommande de prendre des mesures supplémentaires en vue de s'assurer qu'une version à jour de Routes commerciales (c.-à-d. Présenter les industries culturelles du Canada au monde entier) comprend 10 millions de dollars de financement annuel dédié à l'exportation de musique canadienne, en plus d'une souplesse pour répondre aux besoins d'exportation autant des artistes émergents que ceux plus avancés dans leurs carrières.

Recommandation : Créer un Fonds d'exportation de musique annuel de 10 millions de dollars pour les initiatives du secteur d'exportation de musique appartenant à des intérêts canadiens.

¹⁵ International Federation of the Phonographic Industry, 2014 ; Worldwide Independent Network, 2016.



Association canadienne de la musique indépendante

Je vous prie d'agréer l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Stuart Johnston
Président

c.c. Le très honorable Justin Trudeau, premier ministre du Canada
L'honorable William Morneau, ministre des Finances
L'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien
Sophie Couture, directrice, Politique et programmes de la musique, ministère du
Patrimoine canadien

PERSONNE-RESSOURCE

Stuart Johnston
Président de la CIMA
416-485-3152, poste 232
stuart@cimamusic.ca

Jonathan MacKenzie
Analyste de politique, CIMA
416-485-3152, poste 223
jonathan@cimamusic.ca