

CIMA

CANADIAN INDEPENDENT MUSIC ASSOCIATION

Proposition en vue de la préparation du budget 2012  
par la Canadian Independent Music Association (CIMA)  
au Comité permanent des finances

Présentée à :

Jean-François Pagé

Greffier du Comité permanent des finances

6-14 131, rue Queen

Chambre des communes

Ottawa (Ontario) K1A 0A6

[fina@parl.gc.ca](mailto:fina@parl.gc.ca)

Le 12 août 2011

Canadian Independent Music Association (CIMA)

Stuart Johnston, président

Courriel : [stuart@cimamusic.ca](mailto:stuart@cimamusic.ca)

Téléphone : 416 485 3152

[www.cimamusic.ca](http://www.cimamusic.ca)

## INTRODUCTION

Nous tenons d'abord à vous remercier de l'occasion qui nous est offerte de présenter la position de la Canadian Independent Music Association (CIMA) au Comité permanent des finances en vue de la préparation du budget.

La CIMA regroupe plus de 180 entreprises et professionnels canadiens anglophones qui s'occupent de commercialiser la musique canadienne indépendante à l'échelle internationale.

La CIMA représente les intérêts d'entreprises de propriété canadienne et de représentants de ces entreprises qui sont actifs dans tous les secteurs de la musique et associés à la musique. Il s'agit exclusivement de petites et moyennes entreprises, producteurs de disques, maisons de disques, studios d'enregistrement, agents, éditeurs, producteurs et réalisateurs de vidéoclips, propriétaires de contenu créatif, artistes et autres personnes œuvrant dans l'industrie des enregistrements sonores et du vidéoclip.

Depuis 36 ans, la CIMA œuvre à la création de débouchés commerciaux par l'entremise d'un réseau international de contacts dans le secteur de la musique et du divertissement ainsi que dans les médias qui y sont associés tels que l'industrie cinématographique, la télévision, les nouveaux médias et autres utilisateurs de produits musicaux.

La CIMA a pour mission de veiller au développement à long terme du secteur de propriété canadienne et de mousser l'image de la musique canadienne indépendante, tant au Canada qu'à l'étranger.

L'association continue d'assumer un rôle de leadership en améliorant la viabilité économique et le bien-être du secteur de la musique et de l'enregistrement sonore indépendant dans des domaines importants comme les politiques et les programmes régissant les industries culturelles; les lois sur la propriété intellectuelle et le droit d'auteur; les lois fiscales et les tarifs; les programmes sur le développement des exportations internationales et la promotion du commerce ainsi que le perfectionnement professionnel.

## CONTEXTE

Selon d'innombrables études et propositions présentées au fil des années par des groupes et associations comme le Conference Board du Canada, Statistique Canada, la Conférence canadienne des arts, Patrimoine canadien, CIMA, Music Canada (anciennement la CRIA), l'IFPI et beaucoup d'autres, voici quelles sont les contributions du secteur de la création :

- un effet positif sur le développement des collectivités locales et des réseaux sociaux;
- un rendement net sur l'investissement pour ce qui est du PIB et des emplois;
- une identité sociale et culturelle forte pour le Canada;
- un solide levier pour le développement économique et la revitalisation des collectivités.

En 2007, le Conference Board du Canada estimait que l'empreinte économique du secteur créatif en général s'élevait à un peu plus de 84 milliards de dollars, soit 7,4 p. 100 du PIB canadien. Son rapport intitulé *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada*, présentait en outre les renseignements suivants :

- pour chaque dollar de valeur ajoutée réelle au PIB par les industries culturelles du Canada, environ 1,84 \$ est ajouté au PIB réel global;
- les biens et services culturels exportés se chiffraient à environ 5 milliards de dollars en 2007, soit près de 1 p. 100 du montant total des exportations canadiennes dans le monde;
- le secteur culturel canadien joue un rôle essentiel en attirant des personnes, des entreprises et des investissements; en stimulant la créativité et l'innovation, et en donnant au Canada l'image d'un endroit dynamique et passionnant, où l'on peut célébrer son héritage culturel et réaliser ses ambitions personnelles et professionnelles;
- les villes qui offrent une qualité de vie élevée attirent et retiennent les entreprises et les travailleurs dans les domaines créatifs et axés sur le savoir;
- les activités culturelles génèrent d'importantes dépenses des consommateurs pour des biens et des services axés sur la culture. De plus, elles ont une incidence indirecte sur les dépenses qui sont réalisées dans le même contexte, par exemple, restaurants, hôtels et services de transport. Des avantages indirects sont également dérivés des employés du secteur culturel qui dépensent leurs revenus, des propriétaires d'entreprises qui dépensent (ou investissent) les profits qu'ils génèrent, et des gouvernements qui dépensent les recettes fiscales additionnelles produites par ces salaires et profits. À leur tour, ces achats stimulent l'emploi, les salaires, les recettes fiscales et l'impôt sur le revenu dans une large gamme d'industries.

Plus particulièrement, l'industrie de la musique indépendante canadienne contribue sous la forme de revenus, de salaires et d'emplois à l'économie nationale. À bien des égards, l'industrie de la musique est une composante clé du secteur du divertissement et de la création du Canada, qui fait aussi partie intégrante de l'industrie des médias numériques, de l'information et des communications. De fait, on peut dire que l'industrie de la musique est, au sein du secteur du divertissement et de la création, davantage interreliée avec les autres industries que tout autre secteur de la création dans la grappe du divertissement et de la création.

L'industrie de la musique est composée d'une chaîne d'approvisionnement qui comprend les maisons de disques, les éditeurs, les distributeurs, les produits dérivés, les imprésarios et les gérants, les promoteurs de tournée, les détaillants, les musiciens et interprètes, les producteurs, les ingénieurs, les lieux de concert, les studios, les établissements d'enseignement postsecondaire en musique, etc. L'industrie de la musique génère donc de nombreuses retombées qui amplifient l'incidence économique des enregistrements sonores et du contenu musical qu'elle produit. Compte tenu de ces retombées créatives et innovatrices, de son importance sociale, et des entreprises dérivées qu'elle suscite, il faudrait considérer l'industrie de la musique en adoptant une perspective plus vaste et ne pas se contenter, par exemple, d'évaluer les revenus de chaque artiste pris individuellement et des maisons de disques indépendantes.

La musique est un produit en soi, et elle fait également partie intégrante de la programmation cinématographique et télévisuelle. En outre, on la voit de plus en plus comme une composante active destinée à attirer des auditeurs et des utilisateurs vers les médias numériques interactifs (p. ex. les jeux électroniques), et dans le cadre de l'utilisation accrue de la vidéo sur Internet. La musique devrait aussi être considérée comme importante dans le contexte de l'innovation et de la transition des industries de la création individuelle vers le monde numérique.

Autrement dit, l'industrie de la musique indépendante du Canada est une base importante et fondamentale du secteur culturel, et de ce fait, elle joue un rôle essentiel dans l'économie nationale.

## **RECOMMANDATIONS**

Les politiques et les investissements du gouvernement fédéral peuvent contribuer de diverses manières à faire du secteur de la musique indépendante une industrie vibrante. Bien entendu, le gouvernement a fait connaître ses intentions qui sont de mettre de l'avant des politiques et des programmes destinés à produire une reprise économique soutenue, à créer des emplois de qualité, à ne pas augmenter le fardeau fiscal et à équilibrer le budget. Selon CIMA, continuer d'investir stratégiquement dans le secteur de la musique indépendante ne peut que contribuer à la réalisation des objectifs du gouvernement.

Aux fins de la présente proposition prébudgétaire, CIMA formule une stratégie en trois volets qu'il propose au gouvernement d'étudier :

1. créer un crédit d'impôt canadien pour l'enregistrement sonore;
2. établir une stratégie d'investissement axée sur le marché pour les industries de la création;
3. maintenir le niveau actuel de financement du Fonds de la musique du Canada.

### **Créer un crédit d'impôt canadien pour l'enregistrement sonore**

Depuis 1999, en Ontario, l'industrie de la musique bénéficie du crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES). Administré par la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SDIMO), ainsi que par le ministère des Finances de l'Ontario, le crédit d'impôt a fourni environ 1,5 million de dollars en aide financière annuelle à des projets d'enregistrement sonore.

À CIMA, nous sommes d'avis que pour un investissement relativement minime, le gouvernement fédéral pourrait facilement reproduire le succès remporté par la SDIMO à l'échelle nationale, en adoptant une approche pancanadienne à l'égard des entreprises de ce secteur afin de venir en aide à l'industrie de la musique indépendante. Par conséquent, le gouvernement devrait **créer un crédit d'impôt du gouvernement canadien pour l'enregistrement sonore.**

Pour vous situer, le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore est un crédit d'impôt remboursable mis à la disposition des entreprises d'enregistrement sonore de l'Ontario, permettant de couvrir jusqu'à 20 p. 100 des dépenses admissibles en frais de production et de commercialisation consenties pour le développement et la promotion d'artistes émergents. Les critères d'admissibilité stipulent que l'entreprise doit avoir exercé ses activités en Ontario depuis au moins 12 mois, qu'elle doit avoir accumulé plus de 50 p. 100 de ses revenus imposables en Ontario, et elle doit démontrer que plus de 50 p. 100 de ses activités se situent dans le domaine de l'enregistrement sonore. Les dépenses admissibles comprennent notamment les droits d'auteur versés aux artistes, les honoraires des musiciens de studio, le graphisme, le scanner numérique; les coûts de production d'un vidéoclip réalisé par un Canadien ou réalisé dans un studio de production en Ontario, ainsi que les dépenses de marketing direct.

Ce crédit d'impôt est d'une importance cruciale pour l'industrie de la musique indépendante qui est constituée de sociétés qui sont exclusivement des petites et moyennes entreprises particulièrement vulnérables aux difficultés de trésorerie.

D'après une analyse économique du CIOES réalisée en 2011 par Nordicity pour la CIMA, « les maisons de disques indépendantes adaptent leur modèle d'affaires et se lancent à la poursuite de [...] nouvelles sources de revenus aussi vigoureusement que leurs homologues à l'international; toutefois, leur expansion n'est pas aussi simple. Les pressions exercées sur les flux de trésorerie et la difficulté que représente la croissance du chiffre d'affaires international demeurent les deux principaux enjeux pour les maisons de disques indépendantes ontariennes. Sans un portefeuille de projets consécutifs, les maisons de disques indépendantes de l'Ontario peuvent facilement connaître des déséquilibres de trésorerie. L'amélioration à ce chapitre peut avoir une incidence réelle sur la situation concurrentielle des maisons de disques ainsi que sur leur rendement financier... Il arrive parfois qu'un montant aussi minime que 20 000 \$ puisse faire la différence entre obtenir ou non la signature d'un artiste par une étiquette indépendante. » [Traduction]

Selon le rapport de Nordicity, « L'incidence économique du CIOES va bien au-delà des dépenses de production et de commercialisation qu'il vise à compenser. En effet, le CIOES stimule la création et la diffusion d'enregistrements qui génèrent des ventes au détail et des recettes provenant de spectacles en direct pour les artistes, les lieux de spectacle et les promoteurs. En faisant le suivi des effets du CIOES le long de toute la chaîne de valeur de la musique, on constate qu'une aide financière de 1,5 million de dollars consentie par le CIOES génère en retour des revenus globaux de 29,7 millions de dollars. De ce montant, 20,7 millions, soit 70 p. 100, sont happés par des résidents (artistes et autres travailleurs) et entreprises de l'Ontario. À long terme, à ce chiffre de 20,7 millions de dollars vient s'ajouter un autre 2,7 millions en revenus de la chaîne de valeur, lesquels peuvent être attribués à des artistes émergents qui finissent par percer et obtenir le statut de disque d'or. Sans les avantages consentis par le CIOES, ces artistes talentueux pourraient bien ne jamais avoir été découverts, et n'auraient donc pas pu signer le contrat ayant permis la production du disque les ayant fait connaître.

Nordicity a calculé que le crédit d'impôt à l'enregistrement sonore de l'Ontario entraîne une hausse de 21,7 millions de dollars dans le PIB annuel de la province, de 16,5 millions de dollars en revenus salariaux additionnels, et qu'il a permis la création de plus de 500 emplois. En outre, l'effet multiplicateur contribue à stimuler encore davantage l'économie de la province. « Notre recherche indique que [...] le tiers des projets ayant bénéficié du soutien du CIOES n'auraient pas vu le jour sans l'aide financière apportée par le crédit d'impôt. De plus, notre analyse montre que le crédit d'impôt aide les entreprises à accroître leurs dépenses en commercialisation et leurs ventes. Nous avons constaté que chaque dollar correspondant à une dépense en marketing rapporte deux dollars de plus en revenus pour l'étiquette de disques. » [Traduction]

### **Établir une stratégie d'investissement axée sur le marché pour les industries de la création**

Les industries de la création, qui comprennent notamment le secteur de la musique indépendante au Canada, disposent actuellement de peu de capitaux permanents.

Les industries de la création (musique, livres, magazines, cinéma, télévision et jeux interactifs) sont une source importante de croissance économique future, et se sont dotées d'une stratégie active d'investissement visant à soutenir la production du contenu commercialisable par les industries de la création pour stimuler cette croissance. Même si chacune de ces industries peut pointer vers des entreprises établies de taille diverse qui produisent un contenu commercialisable, il reste qu'en règle générale, ces entreprises disposent de peu de capitaux permanents. Le manque de capitaux est l'obstacle le plus sérieux pour le secteur de la musique et les autres dans les industries de la création.

Dans les grandes lignes, on peut dire que le développement économique numérique repose sur la capacité d'exploiter la valeur de la propriété intellectuelle (PI) que le développement de contenu contribue à créer. Le Canada doit renforcer un noyau d'entreprises dans le secteur de la création susceptibles de retenir et de récolter les avantages découlant de leur PI. La croissance économique continue a besoin de plusieurs grandes sociétés et d'un groupe plus imposant de petites et moyennes entreprises dotées de solides aspirations à la croissance, et de potentiel. Il suffirait de réunir ces ingrédients avec quantité de petites entreprises capables de produire du contenu commercialisable et de faire preuve d'innovation et de souplesse pour que le Canada se retrouve avec une combinaison gagnante pour tirer son épingle du jeu sur le marché concurrentiel des médias numériques.

À défaut d'attirer suffisamment de capitaux, il y a peu de chances pour que l'on puisse réunir le noyau d'entreprises durables essentielles pour habilitier les industries de la création à conserver la valeur économique découlant de leur PI et à servir de moteur à l'économie numérique du Canada.

De ce fait, CIMA propose que le **Canada crée un fonds d'investissement dans les industries de la création** – un fonds d'investissement axé sur le marché régi par des règles strictes en ce qui concerne le ratio des frais de gestion (RFG), la divulgation, les pratiques de commercialisation et d'évaluation de la valeur – dont la raison d'être consisterait à encourager l'investissement de capitaux du secteur privé dans les industries de la création. Ce fonds pourrait être mis sur pied avec la collaboration du secteur privé et même des gouvernements provinciaux.

Le Fonds d'investissement dans les industries de la création aurait pour objectif de faciliter l'accès aux capitaux pour le secteur de la musique et les autres en faisant la promotion de la croissance et du développement des entreprises qui sont axées sur le marché et les auditoires, qui sont compétitives à l'échelle mondiale, diversifiées et stables, et qui conservent les avantages liés à la propriété intellectuelle.

Les investisseurs ciblés seraient les institutions ayant de l'expérience dans le secteur des industries de la création, les fonds d'investissements et les investisseurs avertis. Le Fonds d'investissement dans les industries de la création serait administré par des professionnels indépendants, compétents en matière de médias et de finances. Comme pour les autres programmes, le financement additionnel consenti par le secteur privé pourrait bénéficier de la réduction des risques découlant du partage de l'investissement avec le gouvernement, et du rendement produit par l'investissement dans des entreprises en pleine croissance capables de transformer leur propriété intellectuelle en avantage monétaire.

**Une étape importante en vue de la création d'industries de la création durables et rentables.** Avec des capitaux à leur disposition, et la possibilité de bénéficier d'un concours financier, les

entreprises du domaine de la musique se trouveront en meilleure posture pour élaborer des projets à l'interne; pour commercialiser des lignes de produits; pour exploiter pleinement tous les canaux, y compris ceux des nouveaux médias émergents; pour établir des plans d'affaires stables et à long terme; et pour vendre sur le marché d'une manière qui leur permette de conserver leur propriété intellectuelle.

À notre avis, il s'agit des étapes fondamentales en vue de faire la promotion et de développer le marché des entreprises canadiennes dans le secteur de la musique, ainsi que du cinéma et de la télévision, du livre, du magazine et des industries interactives qui rendront nos sociétés beaucoup plus prospères sur le marché national et à l'étranger. CIMA et ses partenaires dans le secteur de la création travailleraient avec le gouvernement à l'élaboration du modèle de travail optimal pour cette importante initiative.

### **Maintenir le niveau actuel de financement du Fonds de la musique du Canada**

Selon Patrimoine canadien, le Fonds de la musique du Canada (FMC) : vise à renforcer l'industrie de l'enregistrement sonore canadien, « des créateurs à l'auditoire ». Voici les trois principaux objectifs du Fonds de la musique du Canada sur le plan de la politique publique :

1. faire en sorte que les musiciens et musiciennes et les entrepreneurs de la musique aient les habiletés, le savoir-faire et les moyens nécessaires pour réussir dans un environnement de mondialisation et de numérisation;
2. élargir l'accès des Canadiens et Canadiennes à un vaste choix d'œuvres musicales canadiennes par l'entremise des médias traditionnels et nouveaux;
3. rehausser les possibilités offertes aux musiciens et musiciennes et aux entrepreneurs culturels canadiens en vue d'apporter une contribution durable et significative à l'expression culturelle canadienne.

Cet investissement de 27,6 millions de dollars dans l'industrie de la musique est vital pour les membres de la CIMA, et constitue la pierre angulaire d'une stratégie très porteuse de l'industrie destinée à protéger et à multiplier les emplois dans le secteur.

Les membres de la CIMA, et l'association elle-même, ont besoin des contributions du FMC pour faciliter les mouvements de trésorerie, compenser les coûts des entreprises, et miser sur les marchés nouveaux et émergents. Ces dernières années, l'industrie de la musique canadienne et internationale a constaté un recul marqué dans les ventes en raison de nombreux facteurs tels que l'avancement rapide de la technologie numérique, le changement des habitudes des consommateurs et le piratage en ligne. Qu'il suffise de mentionner qu'en 2008, les ventes de musique enregistrée canadienne se sont chiffrées à 488,2 millions de dollars, ce qui représente un recul de 8 p. 100 par rapport à l'année précédente. Les ventes de formats physiques (CD) ont chuté au cours de la dernière décennie, tandis que celles de la musique numérique affichaient une hausse pendant la même période; toutefois, les ventes de musique numérique n'ont pas réussi à combler l'écart des pertes au fil des années.

À une époque où le modèle économique de l'industrie de la musique est en flux, le Fonds de la musique du Canada offre une base permettant au secteur de la musique indépendante d'investir dans les talents canadiens, de créer des emplois, de prendre de l'expansion et d'investir dans des marchés nouveaux et émergents, et de demeurer compétitif dans cet environnement numérique changeant. Sans cet important fonds, l'industrie de la musique indépendante n'aurait tout simplement pas été en mesure de relever les défis de la dernière

décennie, et aurait été incapable d'avoir une incidence économique positive qui excède les investissements consentis par le FMC au moyen du réinvestissement et des dépenses de nos entreprises.

L'investissement du FMC dans les projets d'exportation de la CIMA a généré un énorme rendement sur l'investissement. La CIMA a adopté une stratégie de développement économique de l'industrie qui facilite les rencontres individuelles entre entreprises et qui met en évidence les possibilités qui existent pour ses membres dans le monde entier. En 2010, la CIMA a entrepris 36 initiatives d'exportation stratégiques dans 16 pays, notamment au Royaume-Uni, en Europe, aux États-Unis et en Asie du Sud.

À titre d'exemple, dans seulement trois parmi les plus importantes initiatives d'exportation, les investissements du Fonds de la musique du Canada, par le truchement de son Programme des entrepreneurs en musique, ont débouché sur des contrats d'une valeur de plusieurs millions de dollars pour nos entreprises canadiennes de la musique.

En 2010-2011, des occasions de rencontres individuelles et des vitrines culturelles lors de trois des plus importantes conférences de l'industrie : le MIDEM, à Cannes, en France; le SXSW, à Austin, au Texas; et le PopKomm, à Berlin, en Allemagne. Au total, 98 entreprises canadiennes dans le domaine de la musique ont participé à ces événements qui ont débouché sur 678 contrats. À partir d'un investissement fédéral de 227 000 \$, les membres de la CIMA ont réussi à générer des revenus de 10,55 millions de dollars. Autrement dit, pour chaque dollar investi par le gouvernement fédéral, on a enregistré un rendement de 46,50 \$.

En résumé, le Fonds de la musique du Canada est un investissement durable dans le secteur de la musique canadienne, un investissement qui a fait ses preuves pour ce qui est de la création d'emplois et de retombées. Par conséquent, nous demandons le maintien du niveau de financement actuel pour le Fonds de la musique du Canada.

## **RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS**

1. Créer un crédit d'impôt canadien pour l'enregistrement sonore;
2. Établir une stratégie d'investissement axée sur le marché pour les industries de la création;
3. Maintenir le niveau actuel de financement du Fonds de la musique du Canada.

Merci encore de nous avoir donné l'occasion de présenter la proposition de la CIMA en prévision du budget. Si vous souhaitez obtenir de plus amples renseignements, n'hésitez pas à communiquer avec Stuart Johnston, président, au téléphone en composant le 416 485 3152, poste 232 ou par courriel à [stuart@cimamusic.ca](mailto:stuart@cimamusic.ca).

Veuillez agréer l'expression de ma considération distinguée,

Stuart Johnston

Président