

Forum sur le projet de politique québécoise de la culture

Allocution de David Bussières

Porte-parole du Regroupement des artisans de la musique (RAM)

Bonjour,

Tout d'abord, permettez-moi de vous féliciter pour l'élaboration du projet de politique culturelle. Les problématiques rencontrées par le secteur de la chanson québécoise ont été définies avec acuité et les orientations et objectifs nous semblent pertinents.

En tant que porte-parole du RAM, je tenterai ici d'amener le point de vue de ceux qui font la musique, des créateurs et interprètes d'ici.

Je vais diviser mon allocution en trois segments, soit :

- 1- Le stade de développement des artistes
- 2- Le stade de la production d'œuvres
- 3- Le stade de la diffusion des œuvres

Mais avant, j'aimerais aborder l'enjeu principal de notre secteur en ce moment, soit la problématique économique de la chanson québécoise à l'ère du numérique.

En ce sens, tel qu'abordé à l'objectif 2.5 du projet de politique québécoise de la culture :
« *L'accès facilité à des contenus culturels gratuits ou à faible coût sur les plateformes numériques se répercute [...] sur la reconnaissance de la valeur du travail artistique. [...] Sur la question particulière du droit d'auteur, les bouleversements technologiques et économiques rendent nécessaires la recherche de solutions [...] ».*

Comme nous le savons tous, l'écoute de musique en continu est en pleine ascension et remplacera complètement, d'ici quelques années, le CD. Pour le consommateur qui a accès à une énorme discothèque, c'est parfait. Mais pour les artistes et l'industrie de la musique d'ici, c'est, pour l'instant, une catastrophe. L'argent que les consommateurs investissent pour écouter de la musique ne revient tout simplement plus dans le secteur. Il est capté par les intermédiaires que sont les fabricants d'appareils, les fournisseurs d'accès Internet et les plateformes de *streaming*. Le 15 \$ qu'on dépensait autrefois pour acheter un CD restait dans l'économie de la musique locale. Aujourd'hui, l'argent du consommateur va en partie dans un appareil, en partie à un accès à Internet à la maison et sur le téléphone et en partie dans un abonnement à une plateforme d'écoute en continu. De ces quatre « intermédiaires » entre le mélomane et l'artiste, seules de maigres redevances et droits d'auteur de la plateforme de *streaming* reviennent dans l'économie de la musique. Le reste a été capté par des intermédiaires qui ne réinvestissent pas dans la musique d'ici.

C'est pourquoi nous sommes d'avis que les abonnements aux plateformes de musique en ligne soient assujettis aux lois fiscales québécoises, et qu'une partie de cet argent récupéré soit réinvesti dans le développement, la production et la diffusion des artistes d'ici et de leurs œuvres. Cette solution, en partenariat avec le gouvernement fédéral, devrait également être accompagnée d'une nouvelle réglementation du CRTC pour faire baisser les coûts d'abonnement des fournisseurs d'accès Internet. De cette façon, les consommateurs ne paieraient pas davantage chaque mois et la brèche qui fait fuir l'argent de l'économie de la musique locale serait en partie colmatée.

Maintenant, en ce qui concerne le développement des artistes et de leur carrière :

Nous sommes d'avis que les budgets du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) pour le secteur « Chanson » devraient être augmentés et les programmes devraient être revus.

Pour reprendre l'essence des objectifs 1.3 et 2.1 du projet de politique culturelle, il est essentiel de soutenir les artistes « afin de créer des conditions favorables leur permettant, d'expérimenter, d'inventer, de prendre des risques et de sortir des sentiers battus ».

Un artiste doit, à chaque cycle de création, ralentir ou arrêter ses activités de scène et de commercialisation afin de faire la recherche nécessaire à la création de sa prochaine œuvre. Or, dans la réalité actuelle, avec la baisse des revenus en musique, il est presque impossible d'accumuler suffisamment d'argent pour combler ce ralentissement d'activité. À moyen terme, les artistes arrêteront de pratiquer leur art, ou prendront moins de risques, ce qui uniformisera l'offre au Québec. Le programme « Recherche et création » en chanson du CALQ existe pour pallier ce phénomène. Cependant, avec un budget de 700 000 \$ par rapport aux 100 M\$ du budget total du CALQ, l'objectif n'est pas atteint et c'est la diversité de notre chanson qui en paie le prix.

En ce qui concerne le stade de production des œuvres, les changements récents ont entraîné une transformation des modèles d'affaires en musique. D'ailleurs, le projet de politique culturelle a bien ciblé ce phénomène au point 4.1, et je cite :

« Ainsi, le gouvernement du Québec entend soutenir l'entrepreneuriat culturel, tout en sensibilisant les intervenants à l'importance d'innover en matière de gouvernance et de financement et de repenser les modèles d'affaires, notamment grâce à une approche socialement responsable ».

Le RAM encourage la promotion d'une diversité de modèles d'affaires. Mais parmi ceux-ci, l'autoproduction a été choisie par plusieurs artistes au cours des dernières années. Pour nombre de ces artistes, l'autoproduction a été vitale dans leur développement, et ils emploient eux-mêmes une foule de partenaires pour les aider à mener à bien leurs projets.

Malheureusement, les programmes de financement n'ont pas tous suivi cette tendance et sont mal adaptés à cette nouvelle réalité. Nous croyons donc que la SODEC devrait revoir ses programmes de financement de « Musique et variétés » afin de considérer d'avantage les artistes-entrepreneurs et de donner à ces derniers le même genre d'outils qu'aux entreprises.

Finalement, en ce qui a trait à la diffusion, je ne peux que souligner le l'objectif 4.3 : Maximiser l'exploitation du marché intérieur.

Nous avons, au Québec, un nombre incroyable d'artistes de qualité en chanson. Et il est malheureusement vrai que le public n'est souvent pas au rendez-vous dans les salles. Il est donc primordial d'adapter les lieux de diffusion afin d'accueillir un public nouveau et plus jeune et que la chanson se déplace davantage dans les écoles.

Des idées en vrac :

- Que la chanson se déplace d'avantage dans les écoles, vous en faites d'ailleurs la proposition à l'objectif 1.4 : « L'école constitue souvent le principal environnement où les jeunes entrent en contact avec la culture d'une manière plus formelle. »
- Que les grandes salles fassent des partenariats avec des plus petites salles dans une même ville, peut-être mieux adaptées à certains types de spectacles.
- Que soient programmées des premières parties de façon plus systématique dans les spectacles des artistes plus connus.

Mais, en ce qui a trait à la diffusion, nous croyons que l'enjeu principal est la « découvrabilité ».

Où sera notre chanson francophone dans l'océan des plateformes d'écoute en continu si on n'impose aucune restriction en matière de « découvrabilité » de notre chanson?

Le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation de l'UQAM va lancer un chantier dont « le but est d'établir un indice de découvrabilité qui permettra aux administrations d'établir des politiques qui fonctionnent [...]. Actuellement, les Européens se sont avancés dans une approche réglementaire pour demander 25 % de contenu européen, [...] ».

À quand une telle politique au Québec?

Pour conclure, nous croyons que les priorités du plan d'action devraient être :

- Trouver des vecteurs pour faire revenir l'argent des consommateurs dans notre secteur
- Trouver des moyens de ramener un public nouveau dans les salles de spectacle du Québec
- Adapter les méthodes de financement à la nouvelle réalité des artistes
- Améliorer l'accès et la découvrabilité des œuvres québécoises sur les plateformes d'écoute en continu

En espérant que le plan d'action sera à la hauteur des orientations de cette nouvelle politique culturelle, je vous remercie de votre écoute.

David Bussières

RAM