



MUSIQUE  
**NB**  
MUSIC

# Sound **IMPACT** Sonore

Profil et analyse des retombées économiques de  
l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick

**mars 2015**

**Préparé par : Nordicity pour Music-Musique NB**

# Table des matières

<b>Sommaire</b>	<b>iii</b>
<b>1. Contexte</b>	<b>1</b>
<b>2. Profil de l'industrie</b>	<b>6</b>
<b>3. Profil statistique</b>	<b>23</b>
<b>4. Analyse des retombées économiques</b>	<b>32</b>
<b>5. Perspectives de croissance</b>	<b>38</b>
<b>ANNEXE A – Collaborateurs du projet</b>	<b>50</b>
<b>ANNEXE B – Glossaire</b>	<b>51</b>

## REMERCIEMENTS

Nordicity remercie Jean Surette (directeur général), Richard Hornsby (président) et Mélissa Thibodeau (coordonnatrice d'événements et des relations avec les membres) de Music/Musique NB (MNB) de leur soutien et de leur leadership continus tout au long de cet ambitieux projet. Merci aussi aux partenaires du projet, Chuck Teed et Monique Poirier, ainsi qu'au conseil d'administration, aux membres et aux bailleurs de fonds de MNB, sans qui cette initiative n'aurait pas eu lieu.

### Rapport préparé par Nordicity Group Ltd.

Stuart Jack, partenaire

Dustin Chodorowicz, partenaire

Stephen Hignell, consultant

Nordicity est une société internationale d'experts-conseils qui offre aux clients des secteurs public et privé des solutions pour la réalisation d'analyses stratégiques, politiques et économiques dans les industries des arts, de la culture et de création.

[www.nordicity.com](http://www.nordicity.com)



**Music/Musique NB (MNB)** est une association provinciale de l'industrie musicale qui veille au rayonnement de sa communauté grâce à des efforts de développement, de promotion et de célébration de son talent et de ses acquis. MNB offre un appui au travail des musiciens, gérants, salles de spectacles, festivals et autres intervenants de l'industrie qui voient à la création d'œuvres musicales au Nouveau-

Brunswick. MNB est un organisme à but non lucratif qui a des liens aux niveaux régional, provincial et national avec les agences et ministères gouvernementaux nous permettant de mieux promouvoir notre industrie et nos artistes. Le mandat premier de MNB est de représenter les intérêts de ses membres et de développer l'industrie musicale du Nouveau-Brunswick.

Music•Musique NB aimerait de souligner l'appui de la province du Nouveau-Brunswick.



## Sommaire

Music/Musique NB a mandaté Nordicity pour établir le profil du secteur de la musique, analyser ses retombées économiques et formuler des recommandations stratégiques pour l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick afin d'éclairer la prise de décisions par le secteur privé, le gouvernement et d'autres intervenants. S'inspirant de la dernière analyse effectuée en 2004, la présente étude fournit une évaluation fiable et actualisée de l'industrie et des changements importants survenus au cours des dix dernières années.

Diverses méthodes de recherche primaires et secondaires, y compris une analyse documentaire, un sondage en ligne et des groupes de discussions, ont été utilisées pour recueillir des données fiables et récentes. Le rapport comprend : (i) un profil de l'industrie, (ii) un profil statistique, (iii) une analyse des retombées économiques et (iv) des perspectives de croissance.

### Profil de l'industrie et profil statistique

- Le Nouveau-Brunswick compte plus de **280 entreprises de l'industrie de la musique et 670 artistes entrepreneurs.**
- Les **revenus de l'industrie de la musique** au Nouveau-Brunswick ont augmenté de **284 %** au cours de la dernière décennie, passant de 19,9 millions en 2003 à **76,5 millions de dollars en 2013.**
- Environ le **tiers des revenus provient de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick**, un cinquième provient de la musique canadienne à l'extérieur du Nouveau-Brunswick et un vingtième provient de la musique de l'étranger.
- Les principales sources de revenus étaient les **prestations en public, l'éducation** et les **ventes d'enregistrements sonores.**
- Les **dépenses** de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick s'élèvent à **36,6 millions de dollars.**
- Les principales dépenses étaient les **frais de main-d'œuvre**, suivis des frais de voyage, de l'équipement et des cachets versés à d'autres artistes.
- Les activités les plus importantes des entreprises de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick étaient liées aux spectacles, en commençant par la **promotion**, suivie de la **gestion de prestations en public** et de la **gestion d'artistes.**
- Les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick emploient environ **390 personnes, ce qui se traduit par 290 ETP.**
- Générant une **masse salariale de 13,5 millions de dollars**, le **salaire ETP moyen est d'environ 46 000 \$** et les **marges d'exploitation** des entreprises **sont évaluées à 3,8 %.**
- En 2012, les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick ont organisé un total estimatif combiné de **5 430 prestations en public** ou en ont fait la promotion.

### Retombées économiques

- Les retombées économiques totales de l'ensemble de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick se traduisaient par **954 ETP** (en plus de **676 artistes**), des **revenus de travail de 41,2 millions de dollars** et un **PIB de 65,2 millions de dollars**.<sup>1</sup>
- Pour chaque dollar dépensé dans l'industrie de la musique, environ **0,90 \$ se reflète dans l'économie du Nouveau-Brunswick**.<sup>2</sup>
- Les incidences fiscales de l'ensemble de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick représentaient, pour tous les ordres de gouvernement, des **recettes fiscales de 19,6 millions de dollars**.
- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement fédéral **5,8 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 1,4 million de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés** et **1,9 million de dollars provenant de la taxe de consommation**.
- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement provincial **3,6 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers**, plus de **300 000 \$ provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés, 4,1 millions de dollars provenant de la taxe de consommation**, et **2,3 millions de dollars provenant des taxes foncières locales et d'autres droits**.

### Perspectives de croissance

- Il est possible pour l'association de l'industrie de la musique de répondre à la demande de l'industrie en contribuant davantage à la **planification** et à la **gestion du financement public**.
- Il est possible d'utiliser l'ensemble unique des forces de la province pour tirer profit des occasions qu'elle offre, notamment ses **liens** uniques **avec les marchés francophones, québécois, acadiens et européens**.
- Il est possible d'aider les artistes, les entreprises et les professionnels à **élargir leurs réseaux** et à utiliser les forces existantes à l'intérieur et à l'extérieur du Nouveau-Brunswick.
- Il est possible d'établir un **dialogue et des liens plus étroits** avec les intervenants de l'industrie et les décideurs.
- Une **formation accrue pour l'industrie de la musique** augmenterait l'ensemble des compétences du secteur, la compétitivité générale et la viabilité générale.
- Le fait de faciliter la **collaboration entre les régions** de la province pourrait produire de nouvelles synergies, et révéler le potentiel et les possibilités inexploitées.
- Une **plus grande diffusion d'informations** dans la communauté, y compris auprès des jeunes et des élèves, sur les débouchés offerts par les industries de la culture et de la musique permettrait d'ouvrir à un plus grand bassin de citoyens, de chercheurs d'emploi et de nouveaux artistes des perspectives d'emploi et des possibilités créatives.
- L'**établissement d'un programme de mentorat dans le secteur de la musique** pourrait créer des perspectives d'emploi pour les citoyens du Nouveau-Brunswick.
- La **mise sur pied d'une initiative « d'orientation culturelle »** ou la **création d'un « lien avec le secteur culturel »** à l'intention du public pourrait accroître l'engagement de l'industrie de la musique, les auditoires et la participation.
- La **préparation d'une « trousse éducative »** pourrait fournir les compétences et les ressources en matière de formation dont l'industrie de la musique de la province a besoin.

---

<sup>1</sup> L'ensemble de l'industrie de la musique comprend l'industrie « de base » et l'industrie « élargie ».

<sup>2</sup> Les dépenses totales de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick étaient évaluées à 36,6 millions de dollars en 2013.

## 1. Contexte

La présente section décrit, de façon succincte, le contexte de l'étude, y compris les buts et la raison d'être de l'étude, la méthodologie utilisée et les résultats escomptés.

### 1.1 Raison d'être

**Le présent rapport vise à dresser un profil fiable et actualisé de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick, et à évaluer ses retombées économiques afin d'éclairer la prise de décisions par le secteur privé, le gouvernement et d'autres intervenants.**

Les renseignements statistiques les plus récents sur l'industrie de la musique de la province avant la présente étude remontent à plus de dix ans, depuis la dernière analyse des retombées économiques de l'industrie publiée par MNB en 2004. Durant cette période, l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick, et d'ailleurs l'industrie en général, a connu une période de changements spectaculaires. Compte tenu des développements importants au sein de l'industrie et afin de permettre à l'industrie, au gouvernement et aux autres intervenants de prendre des décisions éclairées, le présent rapport donne un aperçu de l'état de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick et présente une solide analyse de ses retombées sur l'économie provinciale et nationale, ainsi que des recommandations stratégiques pour l'avenir.

L'étude arrive au bon moment. Elle est importante pour l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick pendant que le secteur se développe de façon de plus en plus homogène et coordonnée. Puisque Music/Musique NB prévoit investir dans des programmes nouveaux et améliorés, la présente étude vise à aborder les défis et les possibilités pour l'industrie afin d'étayer son prochain plan stratégique.

### 1.2 Méthodologie

Nordicity a mené l'étude en appliquant diverses méthodes de recherche primaires et secondaires. Les données ont été recueillies et examinées au moyen d'une analyse documentaire et d'un sondage, et auprès de groupes de discussion. Elles ont par la suite été analysées et validées pour ce qui est du profil du secteur, de l'analyse des retombées économiques et des recommandations stratégiques.

#### **Analyse documentaire**

Une analyse documentaire approfondie a été faite pendant la durée du projet. Tenant compte des recherches provenant de sources internes et publiques accessibles, elle appuyait l'analyse et l'établissement du profil de l'industrie, et constituait une base solide pour l'élaboration du sondage, la constitution des groupes de discussion et l'analyse des résultats.

Le document de Music/Musique NB intitulé *Profil et analyse des retombées économiques de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick* (2004) a servi de référence pour la présente étude. Les dernières recherches effectuées par Nordicity, notamment *Sound Analysis* de la CIMA, *The Next Big Bang* de Music Canada, *Sound Check* de Music Manitoba et *Nova Scotia Export Strategy*, ont produit des données précieuses et des connaissances transmissibles, tout comme les recherches de Nordicity à l'intention du ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport : *Statistiques et indices de référence sur le rendement de l'industrie culturelle au Nouveau-Brunswick* et *Stratégie de développement des industries culturelles*.

#### **Sondage en ligne**

Un sondage a été réalisé en ligne afin de recueillir des données auprès des artistes, des professionnels et des entreprises de l'industrie de la musique, et des organisations liées à la musique dans le but de dresser le profil de l'industrie et d'évaluer ses retombées économiques. Il a été accessible pendant six semaines,

soit du 9 juillet au 16 août 2013. Pour obtenir un taux de réponses fiable, le sondage a fait l'objet d'une importante promotion par MNB et d'une promotion croisée par des intervenants partenaires.

Au total, **243** des 957 répondants potentiels, selon les bases de données de l'industrie fournies par MNB et ses partenaires, ont rempli le sondage. L'analyse des résultats comprenait un échantillon de 206 artistes du monde musical (« **artistes** ») (taille de l'échantillon du sondage « n ») sur un total possible de 676 répondants (taille de la population de l'industrie de la musique « N »), donnant une marge d'erreur de +/-5,7 % (95 % du temps). Pour les professionnels et entreprises de l'industrie de la musique (« **entreprises de l'industrie de la musique** »), l'analyse des réponses comprenait un échantillon (« n ») de 37 répondants sur une population totale (« N ») estimée à 281, donnant une marge d'erreur de +/-15 % (95 % du temps).<sup>3</sup>

	2003			2013		
	Taille de l'échantillon du sondage (« n »)	Population de l'industrie de la musique (« N »)	Étendue du sondage	Taille de l'échantillon du sondage (« n »)	Population de l'industrie de la musique (« N »)	Étendue du sondage
Artistes	58	1 100	5 %	206	676	30 %
Entreprises de l'industrie de la musique	34	150	23 %	37	281	13 %
<b>Total pour l'industrie</b>	<b>92</b>	<b>1 250</b>	<b>7 %</b>	<b>243</b>	<b>957</b>	<b>25 %</b>

Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)



Afin d'élargir les résultats du sondage de l'échantillon à des fins d'analyse pour établir une estimation extrapolées de la population du secteur,<sup>1</sup> Nordicity a créé une base de données sur les artistes, les professionnels, les entreprises et les organisations d'intervenants du secteur de la musique au Nouveau-Brunswick permettant d'établir un multiplicateur. La base de données a été conçue à partir d'un certain nombre de sources, notamment des bases de données de personnes-ressources fournies par des intervenants de l'industrie<sup>4</sup>, des questions du sondage, des groupes de discussion et des recherches continues sur le Web. La base de données principale des personnes-ressources a été mise au point et validée au moyen d'une vérification de concordance et d'un rapprochement des entrées de diverses sources afin de supprimer les noms inscrits en double et les personnes non admissibles. D'autres recherches ont été faites sur le Web pour valider le statut (p. ex. actuellement actif) et l'admissibilité (p. ex. habite au Nouveau-Brunswick) des entrées, créant une réaction en chaîne des interrogations subséquentes et menant à la validation.

Les données majorées (ou multiplicateurs) ont été validées lors de trois activités distinctes. Nordicity a évalué la taille de l'industrie en comparant d'abord les données majorées du sondage aux données sur

<sup>3</sup> Selon l'étude de 2004, le niveau de confiance était de 12,6 % (95 % du temps) pour les artistes et de 15,1 % (95 % du temps) pour les professionnels. *Profil et impact économique de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick* (2004). En prélevant cet échantillon, Nordicity suppose que les sélections biaisées s'annulent les unes les autres. Ainsi, aucune entreprise ou aucun artiste en particulier n'est plus ou moins susceptible d'avoir répondu au sondage.

<sup>4</sup> Les bases de données de personnes-ressources dans l'industrie de la musique ont été fournies par l'Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick (AAAPNB), MNB, Nordicity, l'Orchestre des jeunes du Nouveau-Brunswick, Symphonie Nouveau-Brunswick et la Fédération canadienne des associations de professeurs de musique (FCAPM).

l'emploi de Statistique Canada pour le Nouveau-Brunswick, puis aux interrogations faites à l'aide de la base de données Dun and Bradstreet (D&B) - Hoovers sur les artistes, les entreprises et les professionnels enregistrés au Nouveau-Brunswick, et enfin en vérifiant leur concordance avec les estimations éclairées de Music/Musique NB. Afin d'établir des estimations de la population (universelle) de l'industrie de la musique, Nordicity a dressé le profil d'une entreprise et d'un artiste moyen de l'échantillon et multiplié les revenus, les dépenses, l'emploi et la production de ce profil moyen par le nombre d'artistes et d'entreprises dans l'estimation de la population.

Puisque l'analyse des segments de l'industrie était divisée en sous-segments, la taille de l'échantillon n'était parfois pas suffisante pour l'inclure dans l'analyse. Les segments ont été « majorés » séparément ou n'ont pas été inclus dans le rapport.

### **Groupes de discussion**

Quatre groupes de discussion auxquels ont participé plus de 30 intervenants représentants de l'Industrie ont été organisés à divers moments dans les deux langues officielles, à des endroits accessibles répartis stratégiquement dans la province. Ils étaient conçus pour assurer une représentation géographique et démographique tout au long de l'étude. Au début du projet, deux groupes de discussion (un en français et un en anglais) ont été mis sur pied pour recueillir des informations qualitatives et contextuelles, et pour modeler la recherche, le sondage et l'analyse. Vers la fin du projet, deux autres groupes de discussion (un en français et un en anglais) se sont réunis pour analyser et valider les conclusions, et pour fournir d'autres informations contextuelles en vue de l'analyse et de l'élaboration de la stratégie. L'annexe A contient une liste exhaustive des participants aux groupes de discussion.

### **Analyse des retombées économiques**

L'analyse des retombées économiques découle des estimations faites par Nordicity et des tableaux E-S de Statistique Canada pour déterminer les répercussions sur l'économie attribuables à l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.

Les retombées économiques totales comprennent les retombées directes, indirectes et induites. Les incidences financières comprennent les recettes provenant de l'impôt reçues par le gouvernement.

- **Retombées économiques directes** désigne l'accroissement du PIB, du revenu du ménage et de l'emploi découlant directement de l'ensemble de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Les prévisions relatives aux retombées économiques directes ont été établies en convertissant les données du sondage et des sources secondaires sur les revenus et les dépenses d'exploitation de l'industrie de la musique en prévisions des salaires, du PIB, des revenus, de l'emploi et des recettes fiscales. Ces prévisions ont été vérifiées par concordance avec les entrées-sorties de Statistique Canada (tableaux E-S) concernant l'industrie des arts, des spectacles et des loisirs.
- **Retombées économiques indirectes** désigne l'accroissement du PIB, du revenu du ménage et de l'emploi dans les autres secteurs qui fournissent des intrants à l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Elles ont été établies en convertissant les données du sondage et des tableaux E-S de Statistique Canada. Lorsqu'ils s'approvisionnent en intrants auprès d'autres industries, les artistes et les professionnels de l'industrie de la musique, et les organisations liées à la musique sont la principale source de retombées économiques indirectes. Il y a un accroissement de la production et de l'emploi dans ces industries, ce qui génère d'autres retombées économiques « indirectes ». Les prestations en public et l'éducation musicale, qui constituent la source secondaire des retombées économiques indirectes, augmentent la production et l'emploi dans les secteurs de l'éducation musicale, du tourisme et des services d'accueil.
- **Retombées économiques induites** désigne l'activité économique additionnelle générée par les dépenses issues des revenus additionnels du ménage dans l'économie du Nouveau-Brunswick.



En l'absence de données et de multiplicateurs de Statistique Canada, les économistes se fient habituellement sur les modèles macroéconomiques privés pour évaluer les retombées économiques induites. À cet égard, le modèle MyEIA est utilisé dans la présente étude. Ce modèle macroéconomique établi par Nordicity tient compte de la propension marginale à consommer (PMC) et de la propension marginale à importer (PMI), pour transformer le revenu du ménage aux étapes directes et indirectes en prévisions relatives aux retombées économiques induites.

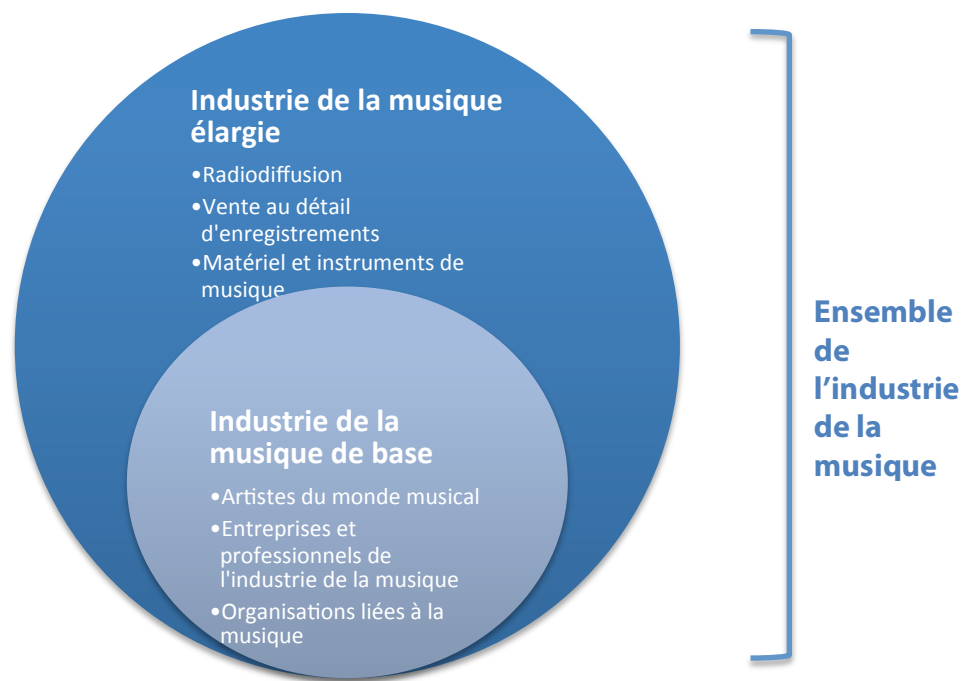
- **Retombées économiques totales** désigne l'ensemble des retombées directes, indirectes et induites.
- **Incidences financières** désigne les recettes fiscales provenant de l'industrie de la musique générées par les gouvernements fédéral et provincial, et les administrations locales. Le modèle des incidences financières est basé sur des taux effectifs moyens d'impôt sur le revenu des particuliers et le revenu des sociétés, la taxe de consommation (c.-à-d. ventes) et les taxes foncières.

### 1.3 Portée de l'analyse des retombées économiques

Aux fins de la présente analyse, les principaux modes de diffusion de la musique sont : prestations en direct, radiodiffusion et diffusion Web, vente au détail (d'enregistrements sur supports numériques et physiques) et octroi de licence d'exploitation par d'autres médias (p. ex. films, publicité et jeux vidéo). La télédiffusion et les autres plateformes de diffusion ne sont pas considérées comme faisant partie de la chaîne de valeur type pour les analyses de retombées économiques et la présente étude.

Les retombées économiques de l'ensemble de l'industrie de la musique sont aussi présentées séparément pour les industries « de base » et « élargie ». Nordicity a préparé des prévisions relatives à l'emploi total, aux incidences fiscales et aux retombées économiques attribuables à l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.

Figure 1 – Ensemble de l'industrie de la musique (incluant l'industrie de base et l'industrie élargie)



Source : Nordicity

Dans les segments de l'industrie de la musique de base et de l'industrie élargie, la chaîne de valeur a été davantage subdivisée par une série d'activités de l'industrie de la musique, plutôt que par les titres de professions. Cette méthode axée sur les « activités de l'industrie » a été adoptée afin de mieux tenir compte de la prolifération des activités multiples de plus en plus souvent entreprises par un plus grand nombre d'intervenants de l'industrie.

La liste suivante des activités qui ont trait à la musique a été présentée aux membres de l'industrie durant la consultation afin qu'ils indiquent les activités qu'ils exercent.

- Création et interprétation
- Activités de maison de disques
- Production et enregistrement
- Édition
- Gestion d'artistes
- Gestion de prestations en public
- Prestation de services professionnels
- Vente au détail (supports physiques et numériques)
- Éducation
- Location de matériel
- Promotion
- Autre

## 1.4 Définition de l'industrie de la musique

Afin d'évaluer et d'analyser, d'une manière fiable, l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick, Nordicity a élargi la définition dérivée de l'étude intitulée *Sound Analysis* de la CIMA pour établir la chaîne de valeur de « l'ensemble » de l'industrie de la musique pour la province du Nouveau-Brunswick. La définition incluait une industrie de la musique « de base » et une industrie « élargie » formant « l'ensemble » de l'industrie de la musique.

L'**industrie de la musique « de base »** comprend les artistes, les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique, et les organisations liées à la musique.

L'**industrie de la musique « élargie »** comprend la radiodiffusion, la vente au détail d'enregistrements, le matériel et les instruments de musique, en plus de l'industrie « de base ».

L'**« ensemble » de l'industrie de la musique** comprend l'industrie de base et l'industrie élargie.

## 1.5 Lien avec d'autres études comparables

L'étude a été réalisée de manière à ce que le rapport cadre avec d'autres études comparables. S'inspirant du document de MNB intitulé *Profil et impact économique de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick* (2004) et du document de la CIMA intitulé *Sound Analysis: An Examination of the Canadian Independent Music Industry* (2013), les méthodes et les résultats de recherche (dont les taxonomies et la conception du sondage) ont été utilisés pour optimiser la comparabilité.

La comparabilité des études comporte des limites. Les données de 2004 ne sont pas directement comparables mais elles peuvent illustrer les tendances et les changements dans le secteur. Quant à la présente étude, la portée du projet a été élargie au-delà de celle de l'étude de 2004 afin d'inclure non seulement l'industrie de la musique de base mais aussi l'industrie de la musique élargie. En raison des changements évolutifs survenus au sein de l'industrie de la musique et des améliorations apportées aux méthodes de collecte des données depuis les études précédentes, les données ne seront pas directement comparables. Lorsqu'elles sont analysées avec celles de l'étude de 2004, les conclusions des deux études révèlent une tendance générale vers la croissance, la diversification et la viabilité de l'industrie.

## 2. Profil de l'industrie

La présente section présente un profil de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Les conclusions sont fondées sur une analyse des réponses au sondage et les séances des groupes de discussion, et constituent la base de référence pour l'analyse des retombées économiques et les recommandations stratégiques.

### 2.1 Profil contextuel : Aperçu et analyse

Au Nouveau-Brunswick, l'industrie de la musique est tout aussi riche et dynamique que sa culture et son histoire, possédant une liste impressionnante d'artistes et de professionnels, et d'organisations liées à la musique qui représentent les diverses collectivités de la province. Au cours de la dernière décennie, soit depuis 2004, plusieurs de ces intervenants de l'industrie ont excellé.

Depuis 2004, d'importants changements sont survenus dans l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick et, en fait, dans l'industrie de la musique à l'échelle mondiale. Lors de la dernière étude, les effets de la perturbation numérique n'étaient pas encore entièrement perceptibles : le premier service de partage de fichiers de poste à poste, Napster, a été mis sur pied un peu avant 1999; et Apple a lancé le premier iPod en 2001 et le magasin iTunes, en 2003. Ce n'est qu'en 2004 qu'a débuté le téléchargement officiel des graphiques ou le site de réseautage social MySpace. Depuis, Apple a vendu 500 millions d'unités sur iTunes et 30 millions d'iPods dans le monde en 2005 et son milliardième sur iTunes l'année suivante. En fait, ce n'est qu'en 2009 que Spotify, aimant de diffusion de musique en flux, a été lancé à l'échelle mondiale et que plus du cinquième des revenus de l'industrie provenait du numérique. En 2012, c'est la toute première fois que le numérique représentait plus de la moitié des revenus de l'industrie de la musique. En 2013, les revenus à l'échelle mondiale provenant des services d'abonnements ont augmenté de plus de 50 % et en 2015, Apple a vendu son milliardième SIB. Ces changements ont eu des effets considérables sur l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick et à l'échelle mondiale.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick est connue pour sa dualité unique ancrée dans les cultures acadienne et anglophone de la province, et pour la résilience et le sens innovateur de ses artistes dans différents genres. Des artistes de grand calibre, depuis des artistes établis tels Julie Doiron, Measha Brueggergosman et Roch Voisine, à des artistes en début de carrière comme The Motorleague, Andy Brown et Lisa Leblanc, ont obtenu du succès sur la scène nationale et internationale. La culture acadienne permet au Nouveau-Brunswick de se distinguer de ses pairs et fournit à des artistes en début de carrière tels Caroline Savoie, Les Hôtesse d'Hilaire et Les Hay Babies un point d'entrée unique à d'autres marchés.

*Comme artistes et entreprises de l'industrie de la musique, nous détenons la clé du succès... travail, autopromotion et excellente musique.*

- Artiste du monde musical du N.-B.

De même, le riche écosystème de la musique au Nouveau-Brunswick reflète aussi la diversité des entreprises qui donnent le ton à l'industrie, allant de grands employeurs comme SABIAN Cymbals, Tony's Music Box, et Long and McQuade à des entreprises locales telles Distribution Plages Ltée, Outreach Productions et Malkin Music. En raison de la confiance que manifeste le secteur privé dans l'environnement commercial local, la province dispose maintenant d'une nouvelle maison de disques francophone, Le Grenier Musique, et obtient un succès remarquable dans l'exportation de ses artistes ailleurs au Canada et à l'étranger.

MNB, qui représente l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick et qui est un chef de file du secteur, étant sa voix et sa vision, compte plus de 300 membres. Les nombreux festivals et lieux de spectacle connus dans la province tels le Festival Acadien de Caraquet, Folly Fest, Sappyfest, le Festival Harvest Jazz & Blues et le Festival de la chanson folklorique de Miramichi, contribuent grandement à la province de

façon générale, servant de tremplins pour développer et faire connaître les talents locaux, et pour attirer des intervenants de l'industrie de partout dans le monde.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick peut être définie comme suit :

- Faible population, marché de petite taille et isolement géographique,
- Convergence des rôles et des activités dans l'industrie,
- Infrastructure insuffisante dans l'industrie de la musique,
- Artistes du monde musical en tant que microentreprises et artistes entrepreneurs,
- Renaissance attribuable à une nouvelle vague d'artistes et de genres au Nouveau-Brunswick,
- Marché bilingue offrant un riche amalgame des cultures francophone et anglophone,
- Solide secteur des prestations en public et communauté de festivals, événements et salles de spectacle,
- Offre en matière de formation, d'éducation et d'acquisition de compétences.

## **2.2 Faible population, marché de petite taille et isolement géographique**

Le Nouveau-Brunswick, qui est un des plus petits marchés au Canada, compte plus de 750 000 habitants, représentant une population stratifiée. La population rurale est relativement élevée, soit environ 40 %. Un peu plus de 60 % de la population demeure dans les petites villes dispersées dans la province.<sup>5</sup> Les centres de l'industrie de la musique se trouvent surtout dans les grandes villes de Fredericton et de Moncton. Le Nouveau-Brunswick est aussi séparé géographiquement des autres centres de musique, y compris les grands marchés de la musique au Canada et dans le monde. Pour que le secteur de la musique fonctionne de façon efficace et qu'il soit viable, il faut faciliter les activités de l'industrie à l'intérieur et à l'extérieur de la province.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick, qui est plus petite et axée sur la communauté, sert non seulement d'écosystème dans la province mais elle subit aussi la menace constante de voir d'autres artistes et professionnels de l'industrie de la musique déménager dans d'autres provinces au Canada. Selon des membres de l'industrie, le Nouveau-Brunswick est, de cette manière, pourvoyeur de talents pour les plus grands centres au pays, parfois au détriment de la province elle-même.

L'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick étant encore considérée comme une industrie naissante, il est souvent difficile pour les artistes et les professionnels régionaux (à part quelques-uns qui ont réussi) de se faire connaître à l'extérieur de la province. D'après les consultations, ceux dont l'objectif est de réussir à l'extérieur du Nouveau-Brunswick doivent souvent déménager dans les plus grands centres comme Halifax, Montréal et Toronto.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick est très dispersée dans la province (voir la carte de la répartition géographique de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick dans la figure ci-dessous). Bien que la répartition géographique aide les segments ruraux et éloignés de l'industrie de la musique de la province à prospérer, elle est aussi perçue comme une contrainte à l'aptitude du secteur à soutenir l'infrastructure nécessaire à la croissance et à réaliser des économies d'échelle.

---

<sup>5</sup> Recensement de 2011 de Statistique Canada.



## Conclusions :

- Les exportations de la province sont essentielles à la vitalité, la viabilité et la croissance constante de l'industrie.
- La capacité de l'infrastructure de l'industrie dans la province est généralement limitée; même là où l'infrastructure est plus facilement accessible, il existe souvent un problème lié à l'attribution des ressources en infrastructure qui sont dispersées dans divers centres dans la province. L'industrie manque donc d'un grand centre.
- Les artistes du monde musical, et les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick doivent se déplacer à l'intérieur et à l'extérieur de la province à des fins d'accès à l'infrastructure de l'industrie, de création et de prestations, de promotion et d'exportation.
- Les coûts liés au travail dans l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick sont élevés en raison des investissements nécessaires dans les frais de déplacement pour les tournées, la promotion, les ventes et le perfectionnement professionnel.
- Les artistes du monde musical, et les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique de la province collaborent étroitement. Par ailleurs, la stratification du secteur de la musique (sur le plan géographique, culturel et linguistique) crée aussi naturellement le cloisonnement du secteur de façon non intentionnelle ou des industries parallèles.
- Les technologies numériques offrent aux artistes du monde musical, et aux entreprises et aux professionnels de l'industrie de la musique de nouveaux moyens d'aborder les faiblesses et les possibilités que comportent une faible population, un marché de petite taille et l'isolement géographique. Elles peuvent rapprocher les artistes du monde musical, et les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick des auditoires, des clients et de l'infrastructure de l'industrie partout dans le monde, créant une ouverture au marché international.

### 2.3 Infrastructure insuffisante dans l'industrie de la musique (entreprises)

Le secteur de la musique au Nouveau-Brunswick fait face depuis longtemps à une infrastructure insuffisante, autrement dit un manque d'entreprises et de professionnels de l'industrie de la musique.<sup>6</sup> Au cours de la dernière décennie, d'énormes progrès ont été faits pour développer l'infrastructure, les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique étant plus nombreux et mieux équipés.

Depuis 2004, l'infrastructure de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick s'est élargie avec l'ajout d'une nouvelle maison de disques, d'un distributeur et d'autres professionnels qui offrent des services tels la gestion d'artistes, l'organisation de prestations et l'enregistrement. Par ailleurs, d'après les consultations, les artistes du monde musical et les professionnels de l'industrie de la musique exercent eux-mêmes plus d'activités commerciales, même si cet aspect n'est pas exprimé directement dans les données du sondage.

Les entreprises de l'industrie de la musique exercent surtout des activités liées aux prestations en public, y compris la promotion (20 %) et la gestion de prestations en public (18 %) comme l'indique la figure ci-dessous. Le temps consacré à la gestion d'artistes est aussi important, représentant 10 % du temps des entreprises. Il importe de mentionner que 17 % du temps était consacré à d'« autres activités » qui constituent, selon nous, un élément artificiel dû à la difficulté de déterminer les activités qu'ils exercent dans l'écosystème complexe de la musique au Nouveau-Brunswick.

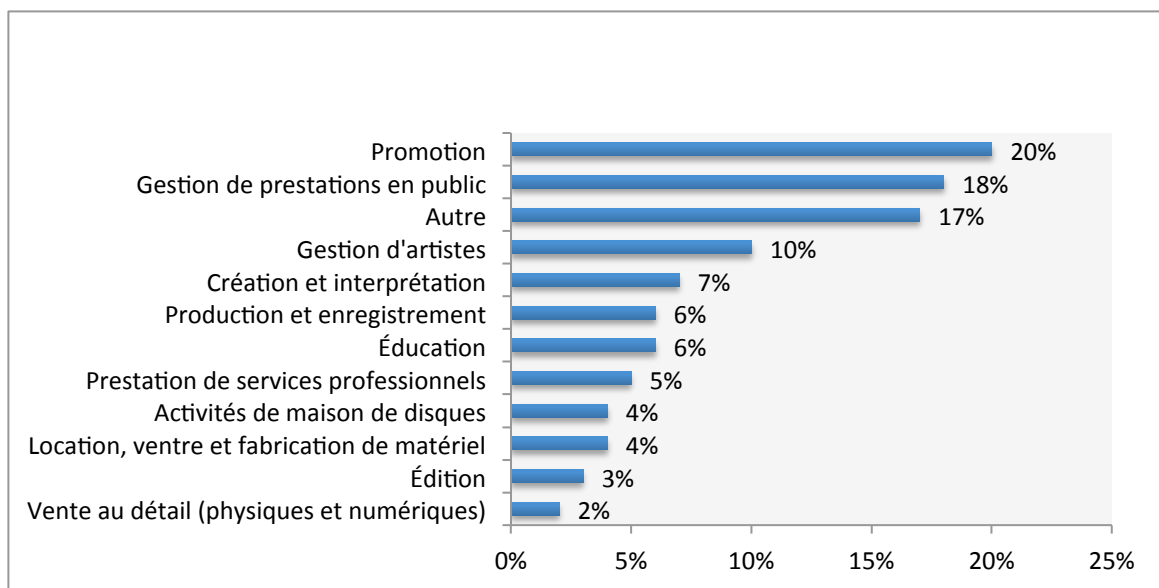
En même temps, certaines activités essentielles sont en nombre insuffisant dans l'industrie de base. Les secteurs les moins bien desservis par l'infrastructure de l'industrie de la musique de la province sont les

---

<sup>6</sup> EEC Canada, *Profil et impact économique de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick*, avril 2004.

ventes (2 %), l'édition (3 %), et le matériel et les activités de maison de disques (4 % chacun). Le temps consacré aux services professionnels représentait seulement 5 %, tandis que le temps consacré à l'éducation, à la production et aux services d'enregistrement était de 6 % chacun, et à la création et à l'interprétation, de 7 %.

**Figure 3 – Activités commerciales et professionnelles (% du temps consacré par les entreprises de l'industrie de la musique moyennes)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Le manque d'occasions pour les artistes nouveaux et en début de carrière de se produire sur scène est un des plus grands défis auxquels le Nouveau-Brunswick est confronté en matière d'infrastructure. Traditionnellement, les prestations en public étaient le principal moyen de formation qui permettait aux artistes nouveaux et en début de carrière d'acquérir les compétences et l'expérience dont ils avaient besoin à des fins de perfectionnement professionnel. Les salles de spectacle font partie intégrante de l'infrastructure de l'industrie, servant souvent de tremplin aux artistes pour leur permettre de se développer et de promouvoir leur art. Le développement des talents nouveaux et émergents dans la province a été indûment retardé par la disponibilité et la pertinence relativement limitées des salles de spectacles au Nouveau-Brunswick.

La pénurie d'entreprises et de professionnels, et l'infrastructure insuffisante de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick posent des défis quant à la capacité de développement et de croissance du secteur. Les membres de l'industrie doivent donc souvent avoir recours à des services professionnels de l'extérieur de la province. Parfois, ils déménagent pour avoir accès à une plus grande infrastructure de l'industrie de la musique. Le Nouveau-Brunswick est donc considéré comme une des provinces « pourvoyeuses de talents » pour les plus grands centres de l'industrie au Canada (notamment Halifax, Montréal et Toronto).

De nombreux artistes et professionnels de l'industrie de la musique qui veulent progresser ont souvent tendance à déménager dans les plus grands centres qui disposent d'une grande infrastructure de l'industrie de la musique. Un certain nombre d'artistes connus du Nouveau-Brunswick ont quitté la province à la recherche de plus grands écosystèmes de l'industrie comportant un plus grand bassin de professionnels de l'industrie de la musique tels les imprésarios, les maisons de disques et les organisateurs de prestations. Il a été mentionné plus précisément qu'en raison notamment de ces défis,

des artistes connus de la province tels David Myles, Matt Andersen, Wilfred Lebouthilier, Annie Blanchard, Julie Doiron, Joseph Edgar, Jean-François Breau, Rémi-Jean LeBlanc, Joe Grass, Alain Bourgeois et Nathalie Paulin, ont déménagé. Toutefois, de plus en plus d'artistes de la province expriment le désir de poursuivre leur carrière tout en ayant un pied-à-terre au Nouveau-Brunswick. Cette tendance appuie la notion que le Nouveau-Brunswick est une province pourvoyeuse de talents pour d'autres centres de musique.

### Conclusions :

- Au cours de la dernière décennie, l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a amélioré son infrastructure, mais celle-ci demeure insuffisante.
- Le marché comporte d'importantes lacunes, notamment en ce qui a trait aux rôles et aux activités de production, d'édition, de maisons de disques ainsi que des imprésarios et des organisateurs de prestations. D'après les résultats du sondage, ces activités traditionnellement sous-représentées sont perçues comme des secteurs de croissance, mais ce n'était pas le cas des services professionnels. Par conséquent, de nombreux artistes voient eux-mêmes à la gestion et à l'organisation de prestations, et entreprennent des activités de maison de disques. L'étude de 2004 faisait grandement état de ce défi. La question demeure un point crucial dans la viabilité et l'avenir du secteur.
- La disproportion qui existe entre les artistes et l'infrastructure de l'industrie de la province accessible pour les appuyer nuit à la capacité des artistes et de l'industrie de réaliser pleinement leur potentiel.
- Les artistes du monde musical sont souvent contraints d'utiliser l'infrastructure de l'industrie à l'extérieur de la province. Certains artistes du Nouveau-Brunswick ont poursuivi leur carrière musicale à l'extérieur de la province, en raison notamment d'une infrastructure de l'industrie insuffisante.
- Les activités qui bénéficient le plus de l'infrastructure de l'industrie du Nouveau-Brunswick sont la promotion, la gestion de prestations en public, la gestion d'artistes et autres activités au sein de l'industrie.
- Les activités qui bénéficient le moins de l'infrastructure de l'industrie du Nouveau-Brunswick sont les ventes, le matériel, les maisons de disques et les services professionnels.
- Les artistes nouveaux et en début de carrière manquent d'occasions de se produire sur scène.
- La disponibilité, la capacité et la qualité des salles de spectacle et du personnel sont essentielles à la réussite de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.



## 2.4 Convergence des rôles et des activités dans l'industrie

Il existe une tendance, à l'échelle nationale, de regrouper les fonctions commerciales liées à la musique; les entreprises de l'industrie de la musique exerçant davantage de rôles et d'activités par exemple des activités de maison de disques, d'imprésario et d'éditeur<sup>7</sup>. Au Nouveau-Brunswick, la notion d'un artiste, d'une entreprise ou d'un professionnel qui exerce plusieurs rôles et activités est la norme depuis de nombreuses années, surtout par nécessité, compte tenu des limites de l'infrastructure de l'industrie. En effet, il y a beaucoup de chevauchements entre le métier d'artistes et l'infrastructure de l'industrie au Nouveau-Brunswick car, en plus d'être artistes, plusieurs travaillent aussi en tant que professionnels de l'industrie de la musique ou pour une entreprise du secteur de la musique.

Pour les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique qui élargissent leurs offres de services pour inclure plus d'activités de maison de disques, d'imprésario et d'éditeur, cela représente à la fois une possibilité et un défi pour l'industrie. La possibilité, ce sont les flux de rentrées de fonds additionnels et diversifiés; le défi, ce sont les coûts accrus des ressources humaines et financières assumés par les services à l'industrie, et les pressions additionnelles sur la capacité et les compétences, puisque davantage d'efforts sont consentis par les mêmes entreprises et professionnels.

De même, un grand nombre d'artistes du monde musical ont assumé eux-mêmes davantage les rôles de maison de disques, d'imprésario et d'éditeur. Ces tâches leur ont permis de développer leur aptitude à une plus grande auto-détermination, mais elles ont aussi accru les pressions sur leur temps et leur aptitude à se retrouver dans ces activités complexes. Ces défis sont davantage prononcés en raison d'une infrastructure de l'industrie de la musique et d'une communauté artistique déjà débordées.

### Conclusions :

- La convergence des rôles et des activités dans l'industrie est très visible au Nouveau-Brunswick. Les artistes, les entreprises et les professionnels s'occupent d'une plus grande gamme d'activités de l'industrie qui se recoupe. Les besoins en matière de compétences en affaires et les possibilités d'affaires pour les artistes, les entreprises et les professionnels qui œuvrent dans le domaine ont donc de plus en plus d'éléments communs.
- La convergence des rôles et des activités dans l'industrie peut comporter de nouvelles possibilités mais elle crée aussi de nouveaux défis importants dans un secteur d'artistes du monde musical, et d'entreprises et de professionnels de l'industrie de la musique déjà surchargé.

## 2.5 Artistes du monde musical en tant que microentreprises (ou artistes entrepreneurs)

L'artiste du monde musical ou le professionnel de l'industrie de la musique exerce de plus en plus le rôle d'entrepreneur, les artistes agissant comme des microentreprises. Au Nouveau-Brunswick, l'infrastructure de l'industrie insuffisante, en plus d'une culture « enrichie par soi-même », accentue cette tendance. Étant contraints de demeurer au Nouveau-Brunswick pour faire progresser leurs carrières et vu l'infrastructure limitée de l'industrie, certains artistes du monde musical ont acquis des compétences en affaires pour s'occuper eux-mêmes des activités de gestion, de maison de disques et d'édition. La riche mosaïque du secteur culturel et musical en pleine effervescence au Nouveau-Brunswick peut être attribuable aux artistes et aux professionnels qui ont développé ce mélange distinctif de compétences en affaires et d'aptitudes créatives.

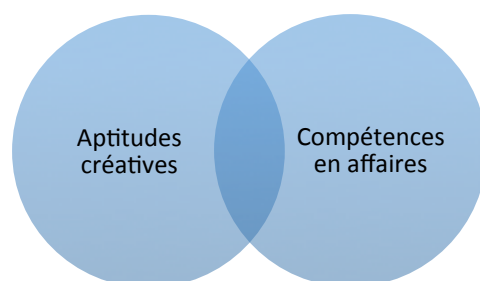
---

<sup>7</sup> Nordicity, *Sound Analysis: An examination of the Canadian Independent Music Industry*. CIMA (2013).

La plupart des artistes et des professionnels de l'industrie au Nouveau-Brunswick ne travaillent pas à temps plein dans le secteur de la musique. Un grand nombre d'entre eux suppléent à leurs revenus par d'autres activités pour pouvoir poursuivre leur carrière dans l'industrie de la musique. Ceux qui travaillent dans l'industrie à temps plein occupent souvent plusieurs emplois afin de gagner un revenu suffisant leur permettant de poursuivre leurs carrières. Les artistes doivent donc non seulement développer leurs aptitudes créatives mais aussi les compétences en organisation et en affaires que doit posséder un entrepreneur ou une entreprise.

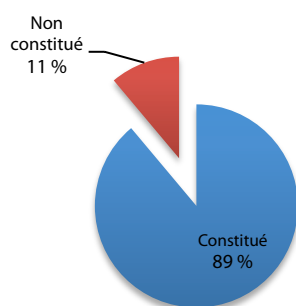
Les professionnels de l'industrie ont tendance à travailler dans des domaines tels l'ingénierie du son, les techniques d'enregistrement, l'éducation et les secteurs sans but lucratif. En fait, un grand nombre d'artistes subventionnent leur carrière musicale, de façon indirecte, par un emploi non lié à la musique. Très peu de professionnels de l'industrie développent des artistes dans la région car c'est un défi pour la plupart des artistes de générer des revenus suffisants pour avoir recours à des services professionnels comme la gestion et les relations publiques. Dans la région, un grand nombre d'artistes sont donc autogérés ou sont membres de collectifs d'artistes (certains structurés, d'autres non) pour réduire les dépenses relatives aux services professionnels.

**Figure 4 – Compétences de l'artiste entrepreneur d'aujourd'hui**

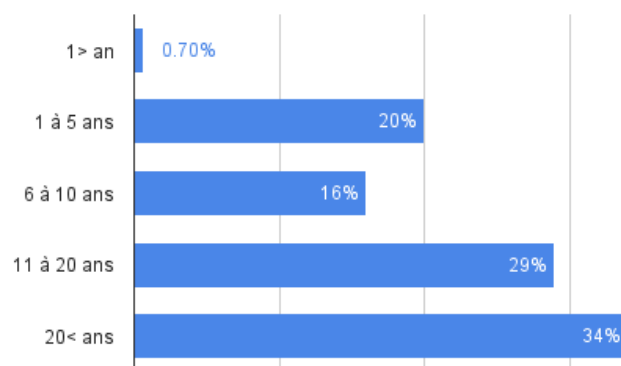


Les réponses au sondage reflètent ces tendances; la plupart des artistes du monde musical au Nouveau-Brunswick se sont constitués en entreprises (89 %) comparativement à 11 % qui sont demeurés des entités non constituées. La plupart d'entre eux possèdent une vaste expérience dans le domaine, seulement 21 % étant de nouveaux arrivants sur le marché ayant moins de cinq ans d'expérience.

**Figure 5 – Structure et statut juridique (artistes du monde musical)**



**Figure 6 – Années d'expérience (artistes du monde musical)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick

## Conclusions :

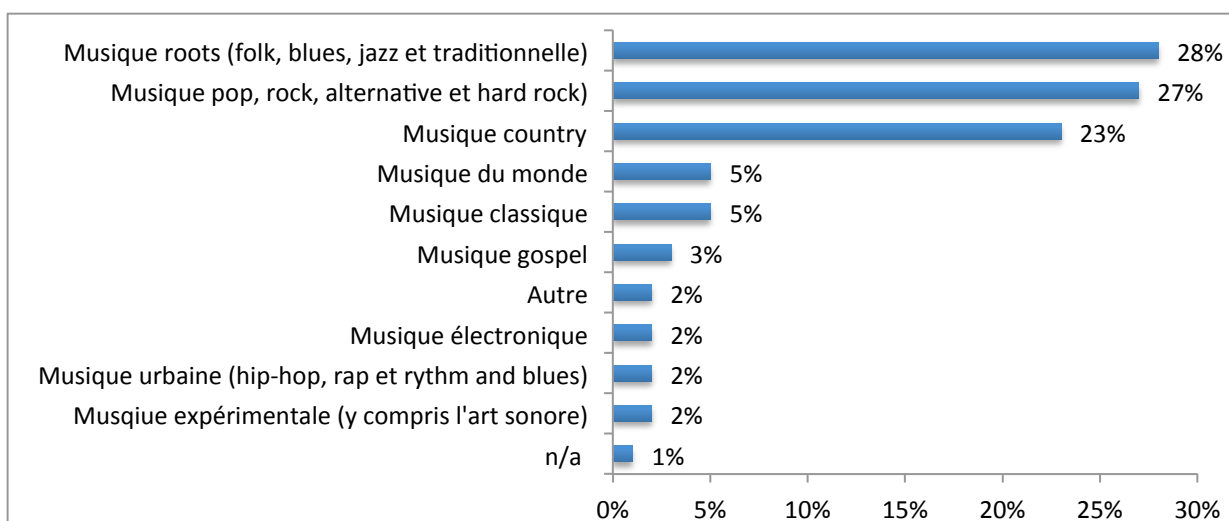
- Les artistes du monde musical ont de plus en plus besoin de soutien et de formation pour acquérir des compétences en affaires, y compris en ce qui a trait à l'autoproduction, l'autogestion, l'autoédition, l'autopromotion et au lancement d'œuvres.
- En plus des contraintes financières auxquelles font face les artistes, l'élément d'entrepreneuriat dans leur carrière réduit le temps et la capacité dont ils disposent pour créer et se produire en public.
- Il faudrait tenir compte des besoins des artistes et des professionnels dans la planification et l'offre en matière de formation, d'éducation et d'acquisition de compétences pour l'industrie de la musique. À titre d'exemple, il faut voir à ce que les besoins soient comblés dans la vaste gamme d'expériences, y compris ceux du cinquième des membres de l'industrie qui ont cinq années d'expérience ou moins, et s'assurer que les artistes et les professionnels sont disponibles, y compris ceux qui suppléent leur revenu en occupant un autre emploi à l'intérieur ou à l'extérieur de l'industrie de la musique.

## 2.6 Renaissance attribuable à une nouvelle vague d'artistes et de genres

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a connu une renaissance grâce à une nouvelle vague d'artistes au cours de la dernière décennie. Elle a aussi été marquée par l'introduction de nouveaux sons plus variés. La musique traditionnelle de la province est souvent définie par la musique folk et acadienne. Bien que cette musique occupe toujours une place importante, le Nouveau-Brunswick englobe maintenant une multitude de nouveaux genres intéressants.

La musique roots demeure le principal genre musical des entreprises, des professionnels et des artistes du Nouveau-Brunswick (28 %). Elle est suivie de près par la musique pop, rock, alternative et hard rock (27 %) et la musique country (23 %). Viennent ensuite la musique du monde et la musique classique (5 %), la musique gospel (3 %), et la musique électronique, la musique urbaine, la musique expérimentale et autre (2 % chacun).

Figure 7 – Genres musicaux des professionnels, des entreprises et des artistes de l'industrie



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Note : Les taux peuvent ne pas totaliser 100 % en raison du calcul de la moyenne.

### Conclusions :

- Il faut reconnaître l'offre musicale diversifiée et élargie au Nouveau-Brunswick, et la promouvoir sur les marchés extérieurs.
- Le soutien au secteur devrait tenir compte de la diversité et de l'ampleur du marché dans ses efforts pour être inclusif et réaliser le potentiel de tous les genres.

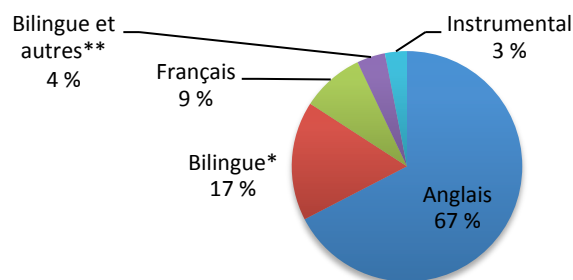
## 2.7 Marché bilingue offrant un riche amalgame des cultures francophone et anglophone

Le Nouveau-Brunswick, qui est la première et la seule province officiellement bilingue au Canada, possède une industrie de la musique dynamique et variée qui présente une grande diversité culturelle et linguistique. Bien qu'environ 65 % de la population a l'anglais et plus de 31 % a le français comme langue maternelle, il y a beaucoup d'interaction au quotidien entre les deux groupes et un grand nombre de gens parlent les deux langues à la maison et au travail. Il en résulte essentiellement deux industries de la musique au Nouveau-Brunswick, représentées surtout par des secteurs parallèles d'artistes du monde musical, et de professionnels et d'entreprises francophones et anglophones de l'industrie de la musique qui possèdent chacun de plus en plus de petits éléments multiculturels.

Ces deux groupes collaborent de plus en plus. Il existe un intérêt manifeste de poursuivre le développement des synergies avec une vision commune de croissance coopérative et l'occasion d'utiliser leurs forces respectives. De plus en plus, d'autres communautés, notamment les membres autochtones de l'industrie de la musique, ont accru leurs efforts de collaboration avec les communautés de musique francophone et anglophone.

Un grand nombre des 250 répondants au sondage ont indiqué qu'ils travaillent dans un milieu bilingue, en français et en anglais (17 %), et parfois dans d'autres langues (4 %). La majorité de ceux qui travaillent dans un milieu bilingue se sont identifiés principalement comme des membres de l'industrie francophone. La capacité bilingue du secteur de la musique francophone a été mentionnée comme un avantage stratégique qui a permis à de nombreux artistes de joindre des auditoires plus vastes à l'échelle nationale et internationale.

**Figure 8 – Langues de travail des artistes du monde musical**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Note : Les données linguistiques sont représentatives des réponses au sondage de l'échantillon de population (« n ») seulement et non nécessairement de la population totale (« N »).

\*De nombreux artistes se disant « bilingues » dans le sondage se sont identifiés comme Francophones.

\*\* Autres comprend principalement la langue gaélique suivi de l'allemand, de l'italien et de quelques autres langues.

Au cours de la dernière décennie, le secteur francophone a créé un réseau efficace d'organismes de soutien à l'industrie culturelle, y compris des associations et des organisations sans but lucratif. Cette évolution a donné lieu à une démarche coopérative et coordonnée, et a mené à l'adoption d'une vision commune fondée sur la *Stratégie globale pour l'intégration des arts et de la culture dans la société acadienne au Nouveau-Brunswick*. La croissance dans ce domaine est en partie attribuable aux nouveaux investissements dans la communauté francophone, par exemple dans le cadre de la Francofête et de la SPAASI.

Le secteur anglophone entretient des liens solides avec une grande partie du Canada anglais. Toutefois, la diversité et la dispersion représentent des défis pour ce qui est de la cohésion et de la coordination du secteur. La communauté musicale francophone est relativement bien reliée et très axée sur la collaboration dans la province. Elle connaît aussi un succès grandissant sur la scène nationale et internationale, comptant sur son réseau solide de professionnels francophones, ses forces évidentes et sa voix unie retentissante. Conséquemment, des réseaux solides ont été créés dans les régions culturelles acadiennes (l'Acadie) des Provinces maritimes, ce qui représente un marché de plus de 300 000 personnes, et sur les marchés beaucoup plus grands du Québec et de la France.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> *Stratégie globale pour l'intégration des arts et de la culture dans la société acadienne au Nouveau-Brunswick*. Congrès mondial acadien (2009).

## **Culture acadienne et francophone**

Le Nouveau-Brunswick a une riche tradition de culture acadienne et francophone. Plus de 300 000 Acadiens demeurent dans les Provinces maritimes, soit plus de 15 % de la population totale de la région. Au Nouveau-Brunswick, où les Acadiens représentent 33 % de la population totale, la culture acadienne exerce même une plus grande influence.<sup>9</sup> On trouve aussi le long du littoral est, dans la Péninsule acadienne au nord-est, dans le nord et dans la région allant du centre au nord-ouest de la province, de grandes communautés francophones à l'intérieur des grands centres à majorité anglophone de Moncton, Fredericton, Saint-Jean et Miramichi.

« L'Acadie contemporaine relève... d'un concept virtuel... qui relève des origines de leurs ancêtres, de l'attachement à leur culture, à leur histoire et à leurs coutumes, de même qu'à l'évolution et aux avancées du peuple acadien depuis son arrivée en sol d'Amérique du Nord. »

Source : *Stratégie globale pour l'intégration des arts et de la culture dans la société acadienne au Nouveau-Brunswick*. Congrès mondial acadien (2009).

## **Conclusions :**

- Puisque les marchés de la musique francophone et anglophone peuvent fonctionner comme des secteurs parallèles, il est possible de rapprocher ces deux communautés en vue d'une démarche plus coordonnée, coopérative et intégrée.
- Bien que les communautés francophone et anglophone puissent encore accroître leurs efforts communs, l'industrie a déjà fait d'énormes progrès en travaillant en collaboration.
- Le Nouveau-Brunswick bénéficie d'un avantage stratégique dans l'exploration des possibilités et l'accès aux marchés francophones partout dans le monde.
- Le caractère bilingue de la province comporte de nombreux avantages. Toutefois, l'industrie est un peu fragmentée en raison du caractère autonome des communautés francophone et anglophone. Le secteur pourrait donc bénéficier d'une plus grande coordination du marché entre les deux communautés, surtout le secteur anglophone étant donné le caractère plus diffus de son infrastructure.

---

<sup>9</sup> *Stratégie globale pour l'intégration des arts et de la culture dans la société acadienne au Nouveau-Brunswick*. Congrès mondial acadien (2009).

## 2.8 Solide secteur des prestations en public et communauté de festivals, événements et salles de spectacle

Depuis dix ans, il y a eu une prolifération dans l'offre de possibilités de prestations en public au Nouveau-Brunswick, notamment dans les festivals (de musique et autres), des salles de spectacle et en radiodiffusion. Les prestations en public étaient aussi la principale source de revenus des artistes du monde musical et des professionnels de l'industrie de la musique, quoique de nombreux artistes aient un revenu provenant des droits d'auteur pour la composition de chansons et l'interprétation, ainsi que de subventions nationales et régionales.<sup>10</sup> De plus, selon les résultats du sondage, le secteur des prestations en public était celui qui, de façon générale, avait le plus grand potentiel de croissance et dans lequel la plupart des artistes accroîtraient leurs activités.

Les festivals au Nouveau-Brunswick portent sur divers thèmes depuis la musique jusqu'aux célébrations culturelles d'envergure. Ils sont organisés surtout par des organisations sans but lucratif et quelques entreprises en croissance ou entreprises publiques. Des événements culturels moins traditionnels jouent aussi un rôle important dans le secteur des prestations en public, y compris lors des collectes de fonds, ceillidhs, mariages, fêtes et d'autres occasions de se produire sur scène.

Les festivals emploient un grand nombre de personnes, dont un personnel à temps plein, des travailleurs à temps partiel, des travailleurs à contrat, des pigistes, des stagiaires et des bénévoles. Les possibilités d'échanges entre ces travailleurs d'autres secteurs sont importantes, un grand nombre d'entre eux travailleront aussi durant des événements, en tourisme, dans les services d'accueil et dans d'innombrables autres secteurs.

Selon Statistique Canada, les bénévoles dans le secteur des arts et de la culture, qui comprend la musique, donnent en moyenne plus de temps que ceux de tout autre secteur (127 heures par année).<sup>11</sup> Les organisateurs de festivals au Canada prévoient habituellement un ratio de 25 bénévoles par membre du personnel, selon la CAPACOA.<sup>12</sup> Pour les petites communautés de moins de 5 000 habitants, l'impact des bénévoles est beaucoup plus élevé.

Créant une base intégrale pour les artistes du monde musical et les professionnels de l'industrie de la musique, le secteur des prestations en public est non seulement très utile comme une source de revenus et de publicité, mais aussi en raison des profondes répercussions qu'il peut avoir sur l'industrie en général comme un tremplin clé à des fins de perfectionnement professionnel. Ces acteurs du domaine, qui comprennent les festivals de musique, les événements et les salles de spectacle, font non seulement connaître la musique comme une forme d'art et une source de revenus mais ils attirent aussi de nouveaux venus à la recherche d'emplois dans l'industrie de la musique.

### Conclusions :

- Un secteur des prestations en public dynamique fait partie intégrante de la vitalité et de la viabilité de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Les prestations en public sont essentielles pour les artistes, les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique, à la fois comme une source principale de revenus et d'activité de développement d'entreprise ou de promotion.
- Le secteur des prestations en public de la province a prospéré au cours de la dernière décennie. Il demeure le secteur qui, selon les artistes, les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique, possède le plus grand potentiel de croissance et dans lequel la plupart d'entre eux prévoient élargir leurs activités.

---

<sup>10</sup> Les principales subventions nationales et régionales proviennent du programme de développement de l'industrie de la musique, d'artsnb, de FACTOR et de Musicaction.

<sup>11</sup> Statistique Canada, Tendances sociales canadiennes, n° 93 (2012).

<sup>12</sup> *L'importance de la diffusion : une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada*. CAPACOA.

- L'offre importante de festivals dans la province est une caractéristique qui définit l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.
- Les lieux de spectacles sont nombreux mais ils ne répondent pas aux besoins de tous les segments de l'industrie de la musique.
- D'immenses progrès ont été réalisés dans le secteur des prestations en public au Nouveau-Brunswick mais on demande encore de meilleures conditions et un plus grand nombre d'occasions pour les artistes de se produire sur scène, et notamment d'accroître le nombre, la qualité et la disponibilité de salles de spectacle au Nouveau-Brunswick, d'améliorer les conditions et les modalités, et d'adopter des pratiques exemplaires ou des codes de conduite applicables aux salles de spectacle, aux festivals, aux diffuseurs et aux artistes.

## 2.9 Offre en matière de formation, d'éducation et d'acquisition de compétences

L'apprentissage acquis au moyen d'expériences au sein de l'industrie est une des principales formes d'éducation dans l'industrie de la musique; autrement dit, l'apprentissage en cours d'emploi est essentiel à des fins de perfectionnement professionnel dans l'industrie de la musique. Un élément important de l'expérience pratique du travail est l'échange et le transfert des connaissances, des compétences et de l'expertise entre les membres de l'industrie, un domaine où a excellé le Nouveau-Brunswick au cours de la dernière décennie.

La province offre divers types de formation aux artistes en début de carrière dans le cadre de concours et d'ateliers. Voici quelques histoires de réussite : Accros de la chanson, Edmundston en Musique, Gala de la chanson de Caraquet, Sommet de la chanson de Kedgwick, programmes de MNB, Francofête en Acadie et AAAPNB. L'offre du secteur privé en matière d'initiatives menées par l'industrie, telles l'Académie Isabelle-Thériault, l'Académie de musique de Moncton et l'InterAction School of Performing Arts, s'est développée, comblant de nombreuses lacunes sur le marché.

*De nombreux artistes gèrent eux-mêmes leur carrière et organisent leurs prestations.*

*- Entreprise de l'industrie de la musique du N.-B.*

Le manque de perspectives d'avancement professionnel pour les membres de l'industrie est un des secteurs dans lequel l'industrie de la musique peut s'améliorer et qui doit être abordé. Bien que le Nouveau-Brunswick soit reconnu pour mettre sur pied efficacement des initiatives uniques ou « ponctuelles » et que la formation liée au secteur se soit avérée précieuse et utile pour combler les lacunes à court terme au sein de l'industrie, il existe néanmoins une demande grandissante d'aborder les besoins du secteur à plus long terme. Une démarche globale reposant sur le développement d'une carrière en musique qui couvre l'acquisition de compétences dans l'immédiat et à long terme aurait des incidences durables sur la viabilité et le succès des artistes et des professionnels de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.

De façon générale, le parcours de carrière précis des artistes du monde musical et des professionnels dans tous les secteurs de l'industrie dans la province n'est pas bien compris. La création de chartes de compétences et la mise au point d'études de cas concernant les diverses formes d'avancement professionnel au sein de l'industrie de la musique de la province seraient des moyens de résoudre la situation.

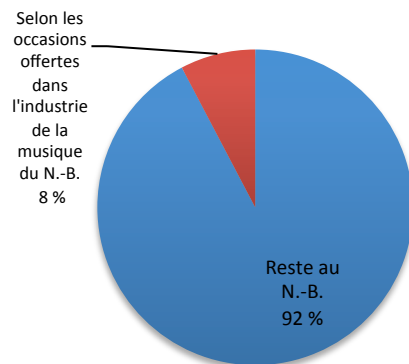
Le Nouveau-Brunswick est, en général, perçu comme un endroit très attrayant pour la conduite des affaires dans l'industrie de la musique, pour les artistes, les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique. Toutefois, le principal facteur pris en compte dans le choix de l'endroit où s'établir est les possibilités qu'offre l'industrie de la musique. Au total, 92 % des professionnels et des entreprises de



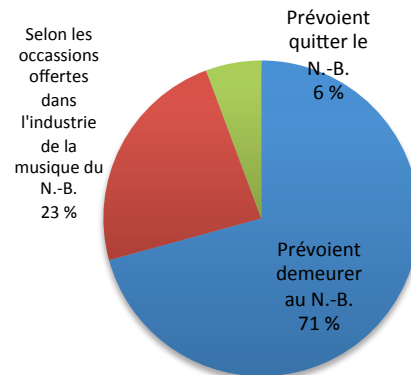
l'industrie de la musique prévoient demeurer au Nouveau-Brunswick et 8 % envisagent leur avenir en fonction des occasions offertes localement. Les artistes forment toutefois un groupe plus mobile; 71 % d'entre eux prévoyant demeurer au Nouveau-Brunswick, 23% fondant leur décision sur les possibilités offertes dans la province et 6 % envisageant de quitter la province.

**Figure 9 – Membres de l'industrie prévoyant demeurer au Nouveau-Brunswick ou partir**

**Professionnels et entreprises**



**Artistes**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Il est important d'attirer de nouveaux venus dans le secteur de la musique pour assurer la viabilité de l'industrie et planifier la relève. En plus de la forte demande relative à l'infrastructure de l'industrie, l'attrait de nouveaux talents demeure une priorité pour le Nouveau-Brunswick. Abordant la question, l'industrie a cerné des domaines d'intérêts auxquels donner suite, notamment les « points sensibles » concernant la communauté, la promotion, la sensibilisation, la formation, et la clarification des parcours et perspectives de carrière.

**Conclusions :**

- Les Néo-Brunswickois contribuent le plus aux compétences, à la formation et à l'éducation dans l'industrie de la musique de la province. Afin de soutenir et de développer les compétences dans la province, il faut maintenir les talents actuels et attirer de nouveaux talents non seulement pour partager les compétences et la base de connaissances dans l'ensemble de l'industrie, mais aussi pour permettre à cette base de se développer et de prospérer.
- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick est appuyée par une forte offre en matière d'initiatives et d'établissements publics et privés de formation dans les deux langues officielles. La formation menée par l'industrie au Nouveau-Brunswick est très efficace pour aborder les questions immédiates et à court terme du secteur.
- Vu l'absence d'une stratégie ou d'une démarche globale relative à la formation, à l'éducation et à l'acquisition de compétences dans l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick, les besoins à long terme relatifs à la capacité de l'industrie et aux ressources humaines ne sont pas adéquatement satisfaits. Une démarche coordonnée et commune relative à la formation, à l'éducation et à l'acquisition de compétences au sein de l'industrie de la musique du

Nouveau-Brunswick permettrait d'offrir aux artistes et aux professionnels de l'industrie de la musique un apprentissage continu à chaque étape de leurs carrières.

## 2.10 Riche écosystème de l'industrie

L'écosystème de l'industrie de la musique est représenté et appuyé par un certain nombre d'organismes, y compris des associations, des agences et les trois ordres de gouvernement. Fournissant une base solide et un réseau bien établi de soutien à l'industrie, ces organisations s'occupent des divers besoins et reflètent la composition de l'industrie dans la province et dans les deux langues officielles.

Un certain nombre d'organisations phares de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick et leur rôle dans l'écosystème sont mentionnés ci-après.

**Alliance nationale de l'industrie musicale (ANIM)** – L'Alliance nationale de l'industrie musicale (ANIM) contribue à la croissance et à la coordination de l'industrie de la musique de la Francophonie canadienne au moyen de présentations promotionnelles, de liens de communications et d'un soutien aux efforts de diffusion, de distribution, de production et de création de produits musicaux au Canada.

**ArtsLinkNB** – Cet organisme sans but lucratif dirigé par ses membres sert de réseau et de centre d'information, de communication et d'activités dans le domaine des arts (notamment les arts d'interprétation, les arts visuels, le cinéma, les arts littéraires, l'artisanat et les arts multidisciplinaires) au Nouveau-Brunswick.

**Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick (AAAPNB)** – Cet organisme au service des arts acadiens a pour mission de défendre les droits et les intérêts des artistes francophones au Nouveau-Brunswick.

**Association de la musique de la côte Est (AMCE)** – Cet organisme sans but lucratif s'emploie à développer, promouvoir et célébrer la musique de la côte Est. L'AMCE organise la **Semaine de la musique de la côte Est** bien connue, une fête et une conférence de cinq jours, pour promouvoir l'industrie de la musique de la côte Est.

**Atlantic Presenters Association (APA)** – Cet organisme régional de diffuseurs des arts au Canada atlantique a le mandat d'appuyer, d'améliorer, de promouvoir et de faciliter les diverses prestations en public de grande qualité dans diverses disciplines, notamment la musique. L'APA organise **Contact-East**, une conférence annuelle avec présentations promotionnelles des talents du Canada atlantique en théâtre, en musique et en danse.

**Conseil des arts du Canada (CAC)** – Cette société d'État autonome de financement des arts offre une gamme de subventions et de bourses d'études, et des activités de communications et de recherche au secteur des arts, y compris en musique, en danse, en arts médiatiques, en théâtre, en arts visuels, et en lettres et édition. Le CAC octroie des subventions et des prix aux artistes, entreprises et organismes musicaux canadiens.

**Conseil des arts du Nouveau-Brunswick (artsnb)** – Cet organisme autonome de financement des arts a le mandat de faciliter et de promouvoir la création artistique, et de gérer les programmes de financement à l'intention des artistes professionnels de la province. artsnb offre des programmes de soutien aux artistes du monde musical durant leurs carrières, y compris les artistes en début de carrière, en milieu de carrière et chevronnés.

**FACTOR** – Cet organisme national privé sans but lucratif, qui appuie le développement et la croissance de l'industrie de la musique au Canada, gère les fonds des radiodiffuseurs privés et de deux composantes du Fonds de la musique du Canada (FMC) du ministère du Patrimoine canadien. Les membres de l'industrie de la musique admissibles à un soutien comprennent les artistes de studio

d'enregistrement, les auteurs-compositeurs, les maisons de disques, les éditeurs, les producteurs et les distributeurs canadiens.

**Ministère du Patrimoine canadien (MPC)** – Ce ministère fédéral est responsable de l'industrie de la musique. Il gère le **Fonds de la musique du Canada (FMC)**, le programme fédéral appuyant les artistes, les entreprises et les entrepreneurs canadiens de l'industrie de la musique. Le Fonds du Canada pour la présentation des arts et le Fonds du Canada pour les espaces culturels sont aussi d'autres fonds liés à l'industrie de la musique.

**Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture** – Ce ministère provincial est responsable de l'industrie de la musique. Il gère le programme phare de développement de l'industrie de la musique (DIM) pour aider à compenser les coûts de production, de marketing et de promotion des enregistrements sonores dont le contenu musical est néo-brunswickois, et finance des activités de perfectionnement professionnel et la production de maquettes d'audition et les activités de promotion connexes.

**Music/Musique NB** – Cet organisme est un chef de file dans l'orientation et la représentation de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick.

**Musicaction** – Cet organisme sans but lucratif a pour mission d'encourager le développement de la musique en soutenant financièrement la production, la commercialisation d'enregistrements sonores et les initiatives collectives en appui à la promotion des artistes canadiens.

**Réseau atlantique de diffusion des arts de la scène (RADARTS)** – Cet organisme qui appuie le développement complet des arts au Canada atlantique a le mandat de développer et d'améliorer la diffusion, la distribution et les tournées des artistes, et la création artistique au Canada atlantique.

**Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN)** – Cette organisation sans but lucratif de gestion collective des droits d'auteurs canadiens représente les droits d'exécution des créateurs et des éditeurs de musique au pays et à travers le monde.

**Stratégie de promotion des artistes acadiens sur la scène internationale (SPAASI)** – Composante de la Société Nationale de l'Acadie (SNA), la SPAASI gère aussi le Centre de ressources international et acadien (CRIA), un site Web mettant en vedette les artistes acadiens et francophones du Canada atlantique dans le but d'exporter leurs talents sur la scène internationale dans les disciplines suivantes : musique, théâtre, danse, arts visuels, arts littéraires et cinéma.

### 3. Profil statistique

La présente section établit le profil statistique de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick, selon les données du sondage mené par Nordicity en 2013, les groupes de discussion et l'analyse documentaire.

#### 3.1 Données financières

La présente section établit le profil des revenus et des dépenses au Nouveau-Brunswick.

##### 3.1.1 Revenus

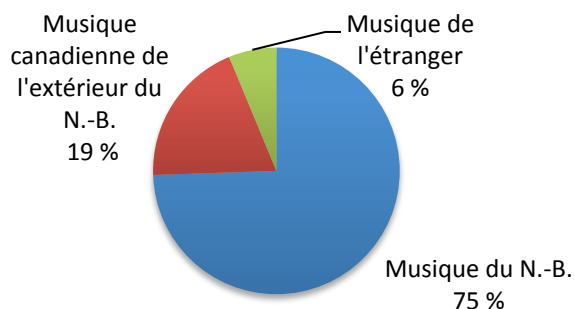
Les revenus de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick ont augmenté de 284 % au cours de la dernière décennie, passant de 19,9 millions en 2003 à 76,5 millions de dollars en 2013.

Catégorie	2003		2013	
	Total des revenus (millions de \$)	Pourcentage (%)	Total des revenus (millions de \$)	Pourcentage (%)
Professionnels et entreprises de l'industrie de la musique	7,1	36 %	68,6	90 %
Artistes entrepreneurs	12,8	64 %	7,9	10 %
<b>Total</b>	<b>19,9</b>	<b>100 %</b>	<b>76,5</b>	<b>100 %</b>

Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Compte tenu de tous les projets réalisés en 2012-2013, environ les trois quarts des revenus des entreprises de l'industrie de la musique de la province provenaient de la musique néo-brunswickoise (75 %). Une autre tranche de 19 % des revenus provenait d'artistes d'autres régions du Canada et 6 % ont été générés par des artistes étrangers (voir la Figure 10 ci-dessous).

Figure 10 – Revenus selon l'origine de l'artiste (entreprises et professionnels)

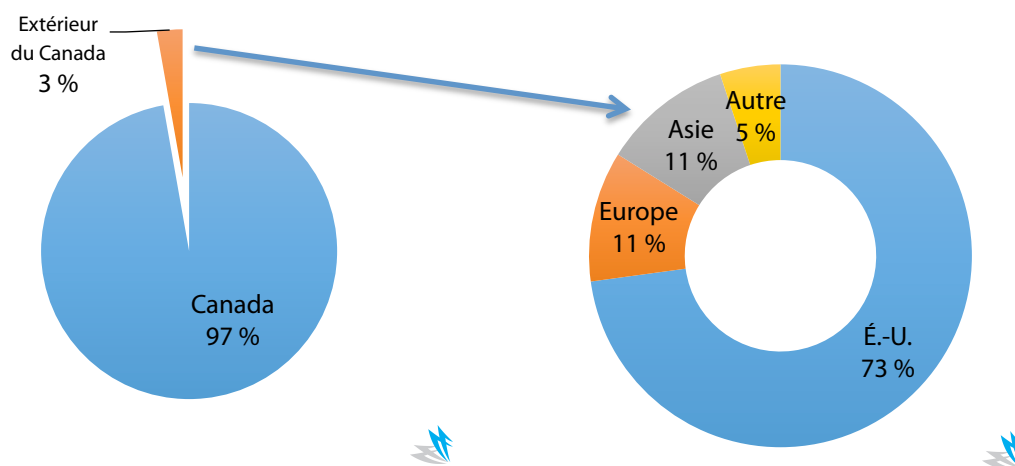


Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Les revenus des professionnels et des entreprises de l'industrie de la musique ont été, en grande partie, gagnés au pays, seulement 3% provenant de sources à l'extérieur du Canada. Des 3 % de revenus provenant de l'étranger, les États-Unis constituent le plus grand marché international, représentant 73 % du total des revenus étrangers, suivis de l'Europe et de l'Asie à 11 % chacun et du reste du monde à 5 %.

**Figure 11 – Part des revenus provenant du Canada (2012-2013)**

**Figure 12 – Origine géographique des revenus de 3 % provenant de l'étranger (2012-2013)**

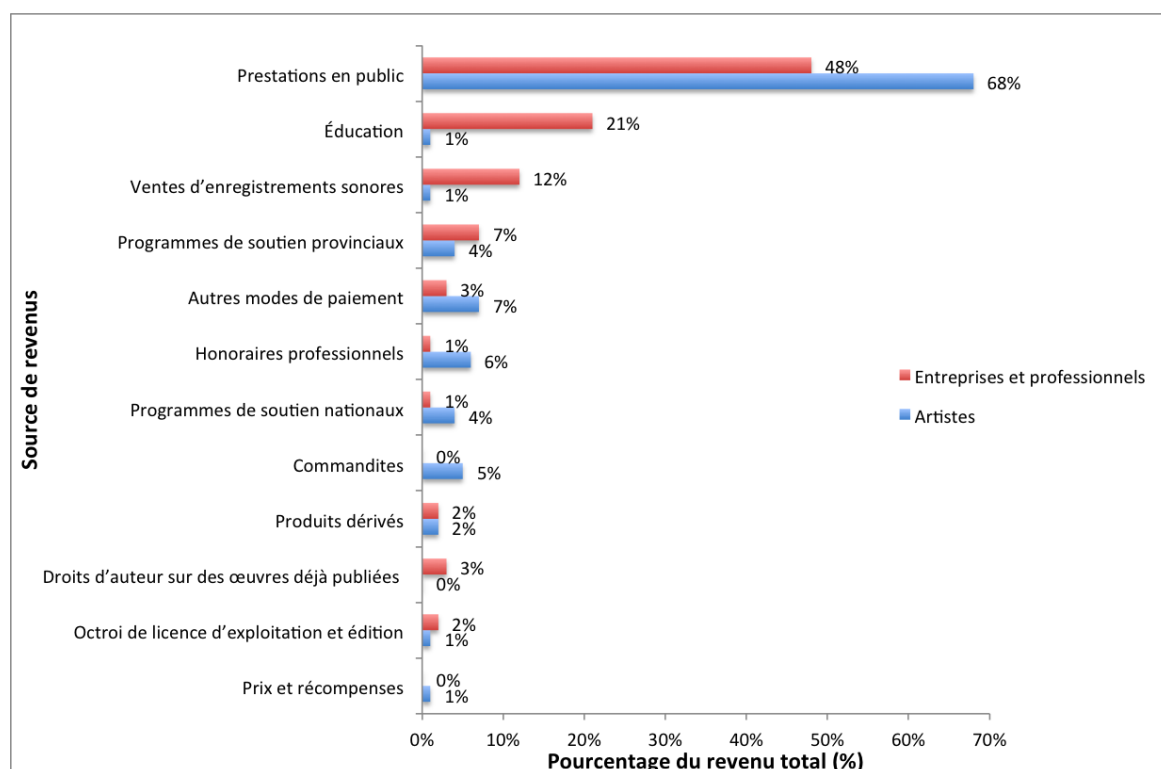


Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Le secteur des prestations en public était de loin la plus importante source de revenus des artistes, des entreprises et des professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Représentant près de 70 % des revenus des entreprises et des professionnels de l'industrie de la musique, les prestations en public sont cruciales pour l'industrie et très concentrées; la deuxième source de revenus la plus importante étant les autres modes de paiement (7 % des revenus), suivis des honoraires professionnels (6 %) et des commandites (5 %). Les programmes de soutien nationaux et provinciaux représentaient seulement 4 % chacun des revenus, suivis des produits dérivés (2 %), et des ventes, de l'octroi de licences d'exploitation, de l'édition, de l'éducation, et des prix et des récompenses (1 % chacun).

Actuellement, les revenus des artistes proviennent surtout des prestations en public mais les sources de revenus sont un peu plus diversifiées. Avec un peu moins de la moitié de tous les revenus provenant des prestations en public, les artistes du Nouveau-Brunswick ont tendance à suppléer leur revenu surtout par l'éducation et l'enseignement (21 % des revenus), suivis des ventes (12 %), des programmes de soutien provinciaux (7 %), et d'autres modes de paiement et des droits d'auteur sur des œuvres déjà publiées (3 % chacun). D'autres activités, telles l'octroi de licences d'exploitation et l'édition, les programmes de soutien nationaux, les honoraires professionnels, les prix et les récompenses, ont eu une incidence négligeable sur leurs revenus, représentant chacune moins de 2 % des revenus.

**Figure 13 – Provenance des revenus (artistes, entreprises et professionnels)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

### 3.1.2 Dépenses

Les dépenses de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick s'élèvent à 36,6 millions de dollars. Les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique ont dépensé 30,9 millions de dollars en 2013, soit 84 % des dépenses totales de l'industrie. Les artistes ont dépensé 5,7 millions de dollars ce qui représente 16 % des dépenses de l'industrie.

Catégorie	2013	
	Total des dépenses (millions de \$)	Pourcentage (%)
<b>Professionnels et entreprises de l'industrie de la musique</b>	30,9	84 %
<b>Artistes entrepreneurs</b>	5,7	16 %
<b>Total</b>	<b>36,6</b>	<b>100 %</b>

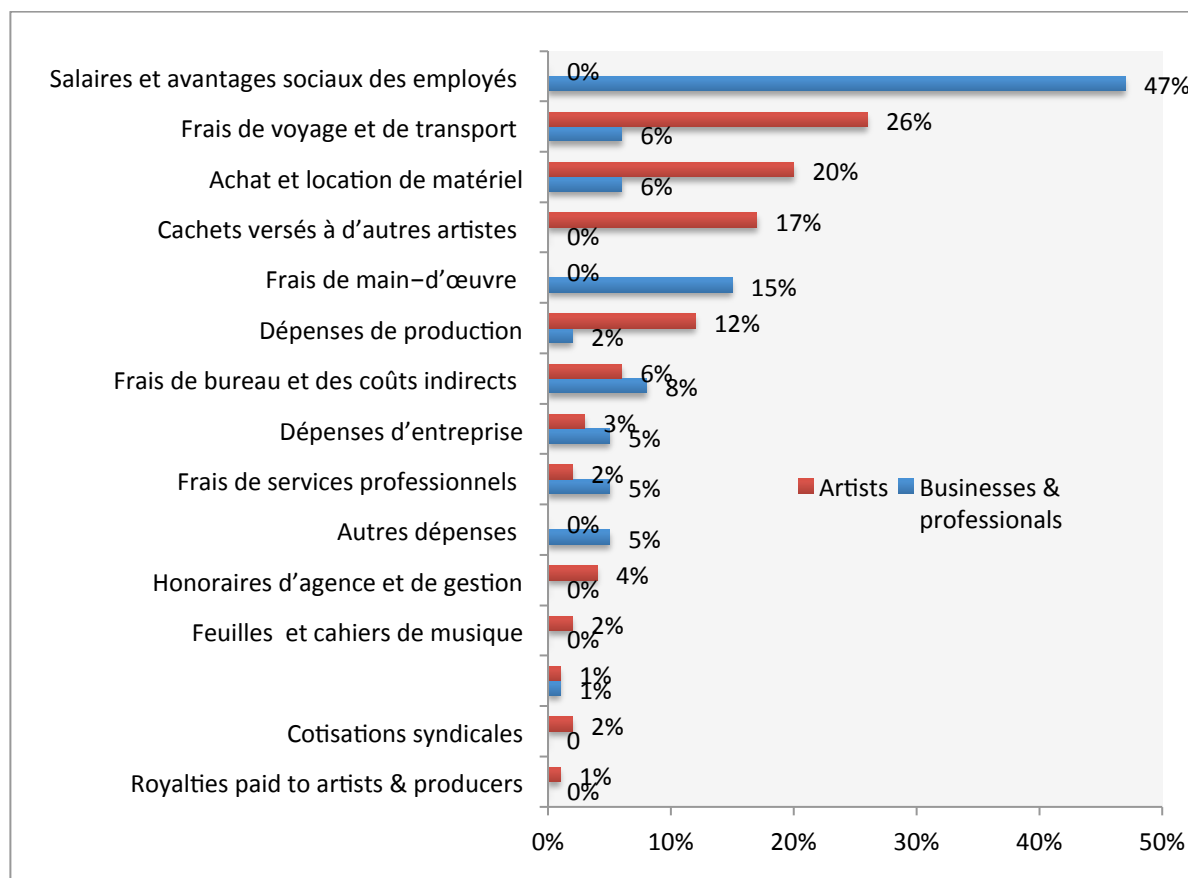
Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Note : Les données sur les dépenses de 2004 n'étaient pas disponibles.

Les frais de main-d'œuvre et les frais de voyages constituaient la plus grande dépense dans l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Pour les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique, les salaires et les avantages sociaux des employés représentaient près de la moitié des dépenses d'entreprise totales, suivis des autres frais de main-d'œuvre (15 % des dépenses), des frais de bureau et des coûts indirects (8 %), et de l'achat et de la location de matériel, des frais de voyage et de transport (6 % chacun). Les dépenses d'entreprise et les frais de services professionnels des entreprises représentaient 5 % chacun des dépenses d'entreprise suivis des « autres » dépenses (5 %), des dépenses de production (2 %) et des redevances versées aux organismes de perception (1 %).

Pour les artistes, la principale dépense unique était les frais de voyage et de transport qui représentaient plus du quart de toutes les dépenses. La deuxième dépense en importance était l'achat et la location de matériel (20 % des dépenses), suivis des cachets versés à d'autres artistes (17 %), des dépenses de production (12 %), et des frais de bureau et coûts indirects (6 %). Les honoraires d'agence et de gestion, et les « autres » dépenses représentaient 4 % chacun des dépenses, suivis des dépenses d'entreprise (3 %), et des coûts des feuilles et des cahiers de musique, des frais de services professionnels et des cotisations syndicales (2 % chacun). Une grande partie de ces dépenses est financée « en fonction des besoins » à partir des revenus d'emploi dans le secteur de la musique et autre, en envisageant un rendement du capital initial investi.

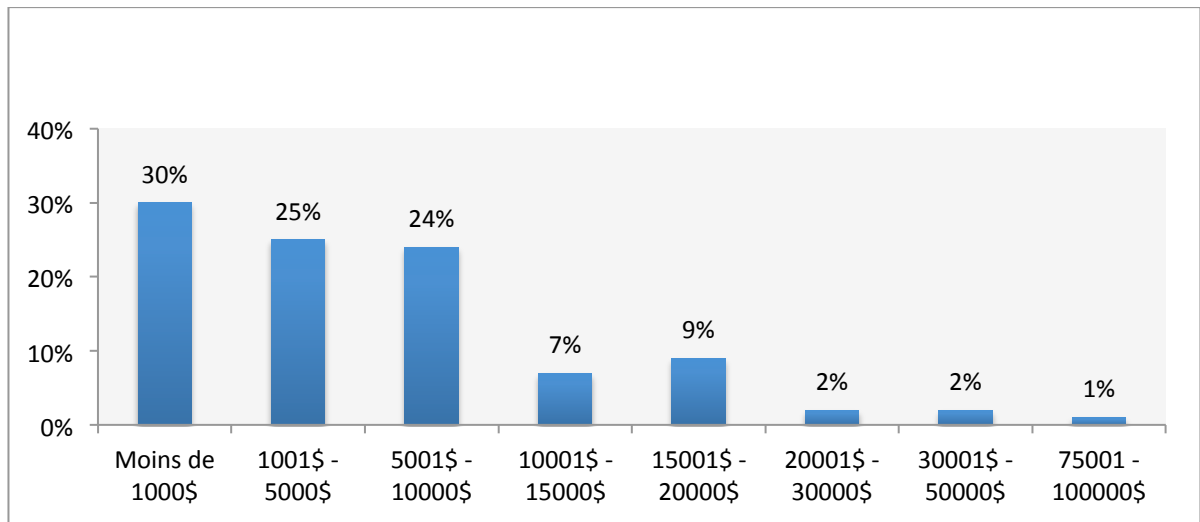
**Figure 14 – Provenance des dépenses (artistes, professionnels et entreprises)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

Pour un artiste, le coût du lancement d'un album est élevé. En général, les lancements d'album coûtent moins de 10 000 \$; toutefois, un cinquième des lancements ont dépassé ce montant. Les dépenses engagées pour un lancement comprennent surtout les dépenses de production et les cachets versés à d'autres artistes, et parfois les frais de voyage et de transport, et l'achat et la location de matériel.

**Figure 15 – Coût des lancements d'album récents (artistes)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

### 3.2 Activités de l'industrie

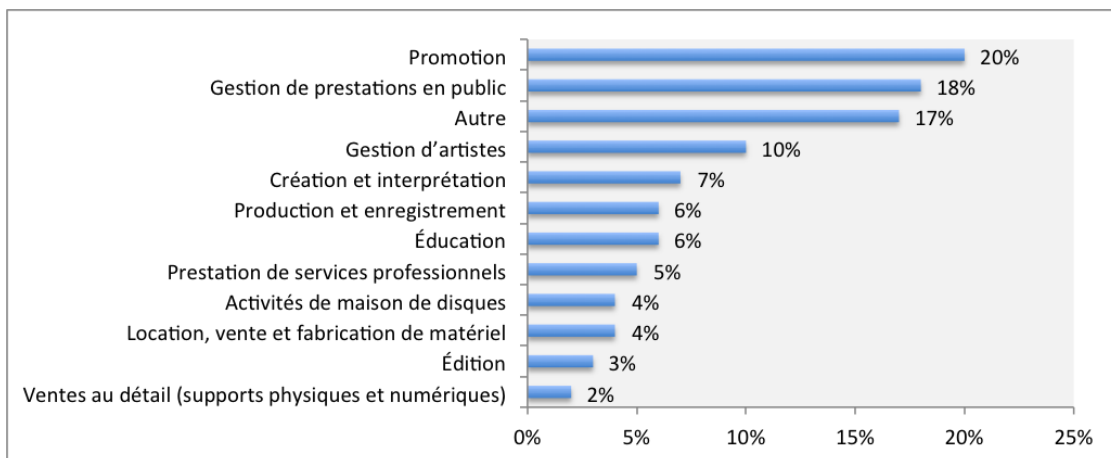
La présente section présente le profil des activités de l'industrie de la musique menées par le secteur au Nouveau-Brunswick.

Les professionnels et les entreprises de l'industrie de la musique ont consacré en moyenne 67 % de leur temps de travail à temps plein aux activités qui ont trait à la musique. Autrement dit, ils ont consacré environ 27 heures par semaine aux activités rattachées à la musique.

Les activités les plus importantes entreprises par les membres de l'industrie de la musique étaient liées aux spectacles. La promotion était l'activité de la plupart des entreprises et des professionnels de l'industrie de la musique, représentant 20 % de leur temps de travail, suivie de la gestion de prestations en public à 18 % et d'autres activités à 17 %. La gestion d'artistes est aussi une activité importante, représentant 10 % du temps de travail, suivie de la création et de l'interprétation à 7 %, et la production et l'enregistrement, et l'éducation, représentant 6 % chacun du temps de travail. Les activités de l'entreprise moins courantes étaient la prestation de services professionnels, les activités de maison de disques, la location de matériel, les ventes et la fabrication, l'édition et les ventes au détail, représentant chacune 5 % ou moins du temps de travail.



**Figure 16 – Activité de l’entreprise en tant que pourcentage du temps de travail (entreprises et professionnels)**

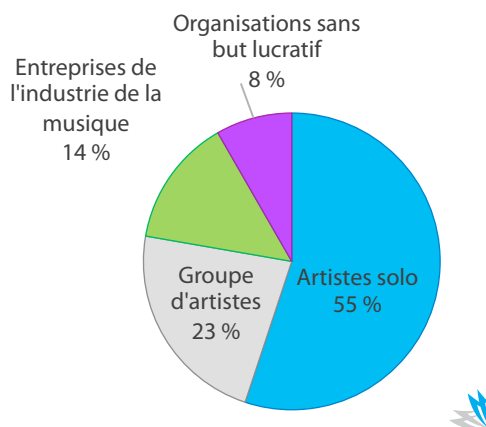


Source : Sondage de Nordicity sur l’industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

### 3.2.1 Structure de l’industrie

L’industrie de la musique du Nouveau-Brunswick se compose principalement d’artistes solo et de groupes (78 %), y compris d’artistes entrepreneurs qui sont souvent des microentreprises. Les entreprises de l’industrie de la musique constituent le deuxième segment en importance de l’industrie de la musique de la province à 14 %, suivis des organisations sans but lucratif liées à la musique dont le mandat est d’appuyer et de renforcer l’industrie (8 %).

**Figure 17 – Types d’intervenants de l’industrie**



Source : Sondage de Nordicity sur l’industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

## Entreprises et professionnels de l'industrie de la musique

Les entreprises et les professionnels du secteur musical au Nouveau-Brunswick consacrent la majeure partie de leur temps à des activités rattachées à l'industrie de la musique (67 %), même si, en raison de leur nature très diversifiée, ils évoluent beaucoup dans d'autres secteurs, y consacrant environ 33 % de leur temps de travail.

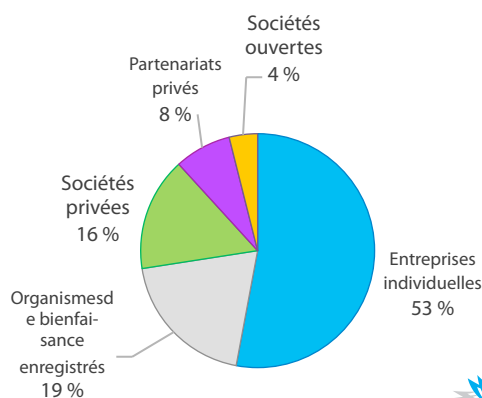
Les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick emploient environ 390 personnes, ce qui se traduit par 290 ETP. Générant une masse salariale de 13,5 millions de dollars, le salaire ETP moyen est d'environ 46 000 \$ et les marges d'exploitation des entreprises sont évaluées à 3,8 %.

Le salaire annuel moyen d'un employé à temps plein d'une entreprise de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick est de 24 000 \$. Le taux horaire moyen d'un employé à temps partiel est de 13,85 \$, soit environ 40 % de plus que le salaire minimum au Nouveau-Brunswick.<sup>13</sup>

Les dépenses totales de main-d'œuvre (extrapolées à la taille de la population) au Nouveau-Brunswick se chiffraient à 15,5 millions de dollars ce qui, en pourcentage des dépenses totales de main-d'œuvre, représente 81 %. Les dépenses totales autres que de main-d'œuvre au Nouveau-Brunswick s'élevaient à 1,6 million de dollars ce qui, en pourcentage, représente 72 %.

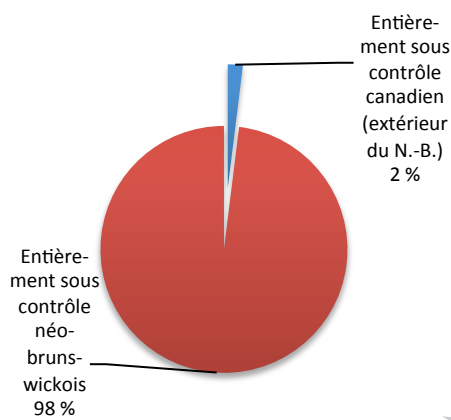
La propriété des entreprises et des professionnels du secteur musical de la province démontre le caractère entrepreneurial de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick. La très grande majorité des entreprises de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick (53 %) sont des entreprises individuelles, tandis que 24 % sont des entreprises structurées (16 % sont des sociétés privées et 8 % sont des partenariats privés). Les organisations sans but lucratif de l'industrie représentent une autre tranche de 23 % des entreprises de l'industrie de la musique; ce sont les organismes de bienfaisance enregistrés (19 %) et les sociétés ouvertes (4 %). L'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick, en grande partie locale, s'est bâtie d'elle-même, la plupart des entreprises de l'industrie (98 %) étant entièrement sous contrôle néo-brunswickois.

Figure 18 – Types de propriété (entreprises de l'industrie de la musique)



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

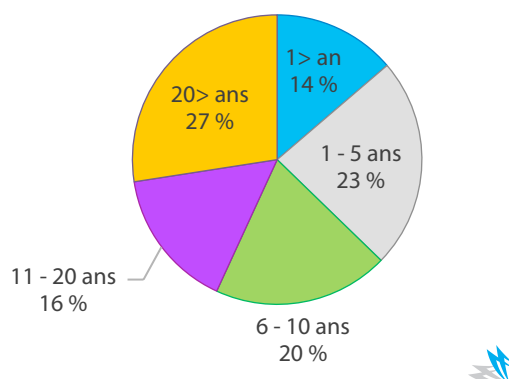
Figure 19 – Origine de la propriété (entreprises de l'industrie de la musique)



<sup>13</sup> Le salaire minimum au Nouveau-Brunswick était de 10 \$ l'heure au 1<sup>er</sup> avril 2012.

Les taux élevés d'entreprises nouvellement créées, émergentes et établies représentent l'expérience générale acquise par les entreprises de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. La liste des entreprises établies de l'industrie de la musique comptant plus de 11 années d'expérience (43 %) est importante. Les multiples compétences et connaissances spécialisées de ces piliers de l'industrie constituent une base solide de connaissances et d'expériences dont peuvent tirer parti les entreprises nouvelles et émergentes. Puisque plus de la moitié des intervenants de l'industrie sont des entreprises nouvelles et émergentes comptant dix ans d'expérience ou moins, la stabilité et le leadership peuvent procurer de nombreux avantages à la nouvelle génération montante d'entrepreneurs. Dans le segment des entreprises nouvelles et émergentes, 14 % des entreprises sont nouvelles (à la phase de démarrage, étant opérationnelle depuis moins d'une année) et les autres sont émergentes comptant d'un à cinq ans d'expérience (23 %) et de six à dix ans d'expérience (20 %). Le caractère équilibré de l'expérience acquise par l'industrie peut être perçu comme un atout pour la relève et la viabilité de l'industrie à moyen terme

**Figure 20 – Années d'expérience (entreprises et professionnels)**

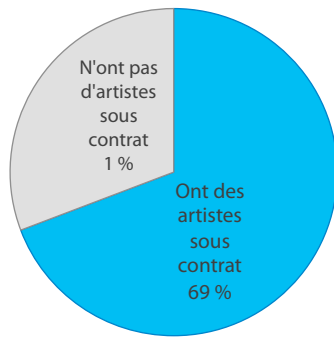


Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

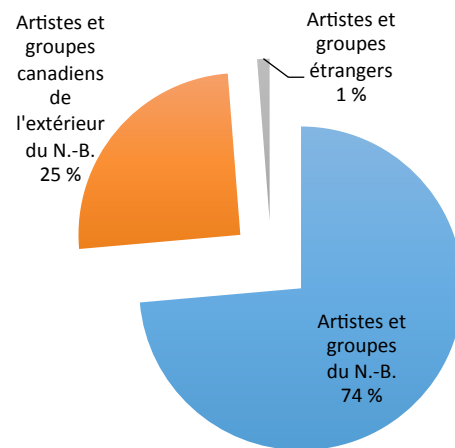
La plupart des entreprises de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick (69 %) avaient des artistes sous contrat en 2012 (voir la Figure 21 ci-dessous). Représentant les activités de maison de disques, de gestion ou d'agence artistique, le niveau était considérablement plus élevé que la moyenne nationale de 47 %.<sup>14</sup> La majorité de ces artistes sont des Néo-Brunswickois et un taux élevé (25 %) sont des artistes d'autres régions du Canada, suivis de 1 % venant de l'étranger (voir la Figure 22 ci-dessous). Les entreprises et professionnels de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick ont signé des contrats avec 141 artistes de la province et 31 artistes de l'extérieur de la province en 2012 seulement.

<sup>14</sup> Nordicity, *Feedback: An economic Impact Analysis of the Canadian Independent Music Industry*. CIMA. 2012.

**Figure 21 – Entreprises et professionnels de l'industrie de la musique ayant des artistes sous contrat**



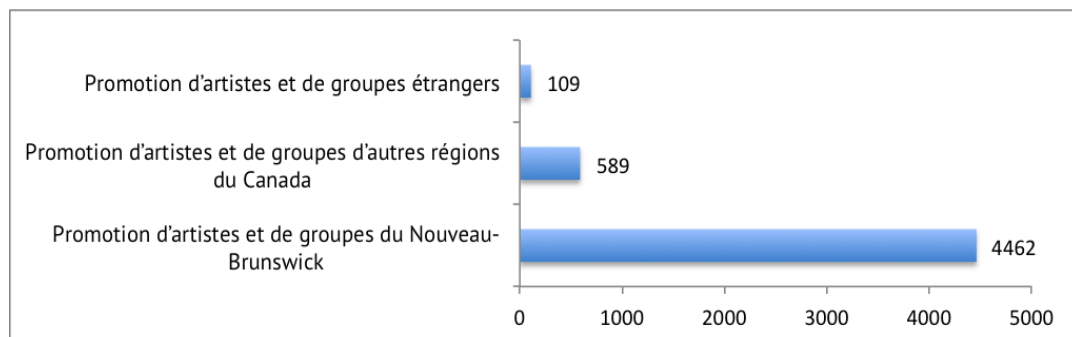
**Figure 22 – Artistes ayant un contrat avec des entreprises de l'industrie de la musique du N.-B.**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

En 2012, les entreprises et professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick ont organisé un total estimatif combiné de 5 430 prestations en public ou en ont fait la promotion. Environ 82 % de ces prestations en public étaient celles d'artistes néo-brunswickois (4 462), 16 % celles d'artistes d'autres régions du Canada (859) et 2 % celles d'artistes étrangers (109) (voir la Figure 23 ci-dessous). Pour ces prestations, les recettes ont été en grande partie versées aux artistes (35 %), suivis des promoteurs (12 %), des exploitants de salles de spectacle (9 %), des agents d'artiste (8 %) et des imprésarios (4 %). La catégorie « autre » représente 32 % des revenus provenant des prestations en public (voir la figure ci-dessous).

**Figure 23 – Nombre de prestations en public dont la promotion a été faite par les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2012)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

## 4. Analyse des retombées économiques

Les retombées économiques totales de l'ensemble de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick se traduisaient par 954 ETP (en plus des emplois de 676 artistes), des revenus du travail de 41,2 millions de dollars et un PIB de 65,2 millions de dollars<sup>15</sup>.

- Les retombées directes de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick se traduisaient par 573 ETP (en plus de procurer des emplois à plus de 670 artistes), des revenus du travail de 25,7 millions de dollars et un PIB de 33,3 millions de dollars.
- Les retombées indirectes de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick se traduisaient par 272 ETP, des revenus du travail de 11,2 millions de dollars et un PIB de 20,9 millions de dollars.
- Les retombées induites de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick se traduisaient par 109 ETP, des revenus du travail de 4,5 millions de dollars et un PIB de 10,8 millions de dollars.
- Pour chaque dollar dépensé dans l'industrie de la musique, environ 0,90 \$ se reflète dans l'économie du Nouveau-Brunswick.<sup>16</sup>

Figure 24 – Retombées économiques de l'ensemble de l'industrie (millions de \$)

	Retombées directes	Retombées indirectes	Retombées induites	Retombées totales
<b>Emplois (ETP)</b>	573 (+676 artistes)	272	109	<b>954</b> (+676 artistes)
<b>Revenus du travail (millions de \$)</b>	25,7	11,2	4,5	<b>41,3</b>
<b>PIB (millions de \$)</b>	33,3	20,9	10,8	<b>65,2</b>

Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

Note : Les chiffres étant arrondis, le total peut ne pas être exact.

Les retombées économiques de l'ensemble de l'industrie comprennent 60 % de l'activité économique dans le secteur radiophonique au Nouveau-Brunswick. Le ratio de 60 % est basé sur les résultats de l'analyse de la contribution relative des enregistrements sonores à la valeur commerciale des opérations radio de 2007 - Paul Audley et Marcel Boyer (2007), tableau 8 - *The Competitive Value of Music to Commercial Radio Stations*.

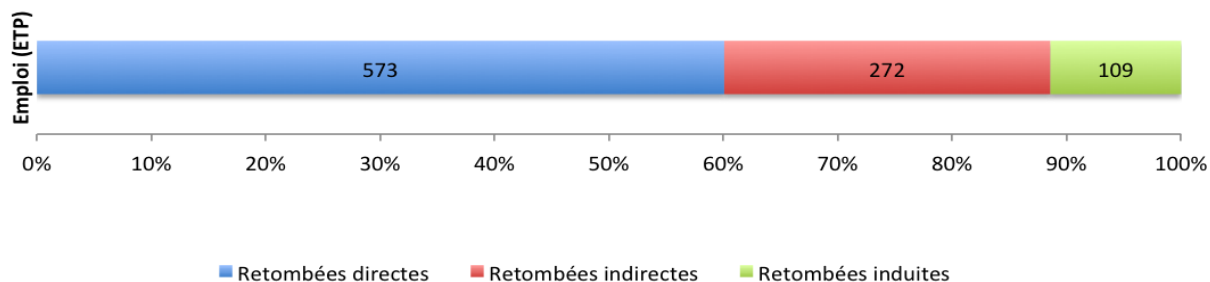


<sup>15</sup> L'ensemble de l'industrie de la musique comprend l'industrie « de base » et l'industrie « élargie ».

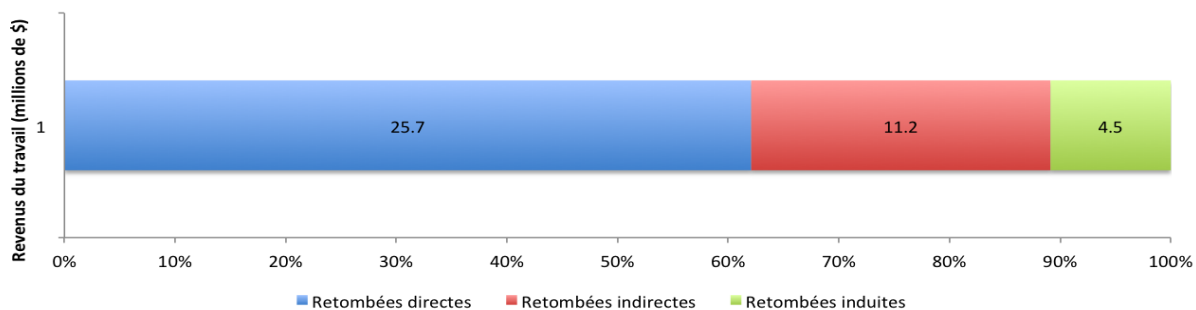
<sup>16</sup> Les dépenses totales de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick étaient évaluées à 36,6 millions de dollars en 2013.

Les répartitions selon les retombées, y compris celles liées à l'emploi, aux revenus du travail et au PIB, sont indiquées dans les figures ci-dessous.

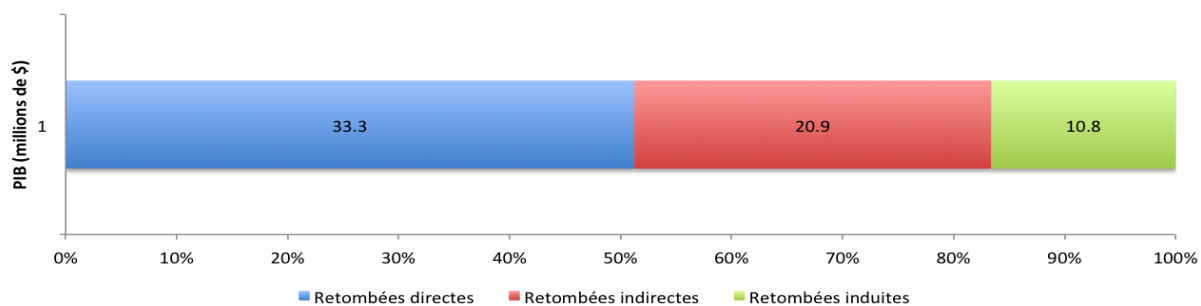
**Figure 25 – Retombées liées à l'emploi – ensemble de l'industrie (ETP)**



**Figure 26 – Retombées liées aux revenus du travail – ensemble de l'industrie (millions de \$)**



**Figure 27 – Retombées liées au PIB – ensemble de l'industrie (million de \$)**



Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

## Définition des retombées

Retombées **directes** désigne l'accroissement du produit intérieur brut (PIB) et de l'emploi dans l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.

Retombées **indirectes** désigne l'accroissement du PIB et de l'emploi dans les industries qui approvisionnent en intrants l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick. L'industrie de la publicité et son offre de services de marketing et de promotion sont un exemple d'une industrie qui fournit un intrant clé à l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.

Retombées **induites** désigne l'activité économique additionnelle générée par les dépenses issues des revenus additionnels du ménage dans l'économie du Nouveau-Brunswick.

Les incidences fiscales totales de l'ensemble de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick représentaient, pour tous les ordres de gouvernement, des recettes fiscales de 19,6 millions de dollars réparties comme suit : 9,4 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 1,7 million de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés, 6,1 millions de dollars provenant de la taxe de consommation et 2,3 millions de dollars provenant des taxes foncières locales et d'autres droits.

- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement fédéral 5,8 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 1,4 million de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés et 1,9 million de dollars provenant de la taxe de consommation.
- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement provincial 3,6 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, plus de 300 000 \$ provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés, 4,1 millions de dollars provenant de la taxe de consommation et 2,3 millions de dollars provenant des taxes foncières locales et d'autres droits.

Figure 28 – Incidences fiscales – ensemble de l'industrie (millions de \$)

	Fédéral (Canada)	Provincial (N.-B.)	Total
<b>Impôt sur le revenu des particuliers (millions de \$)</b>	5,8	3,6	<b>9,4</b>
<b>Impôt sur le revenu des sociétés (million de \$)</b>	1,4	0,3	<b>1,7</b>
<b>Taxe de consommation (millions de \$)</b>	1,9	4,1	<b>6,1</b>
<b>Taxes foncières locales et autres droits (millions de \$)</b>	0	2,3	<b>2,3</b>
<b>Total (millions de \$)</b>	<b>9,1</b>	<b>10,4</b>	<b>19,6</b>

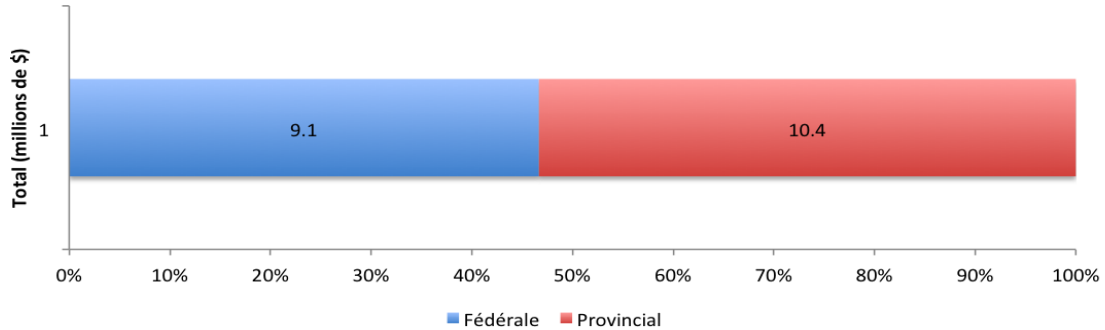
Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

Note : Les chiffres étant arrondis, le total peut ne pas être exact.

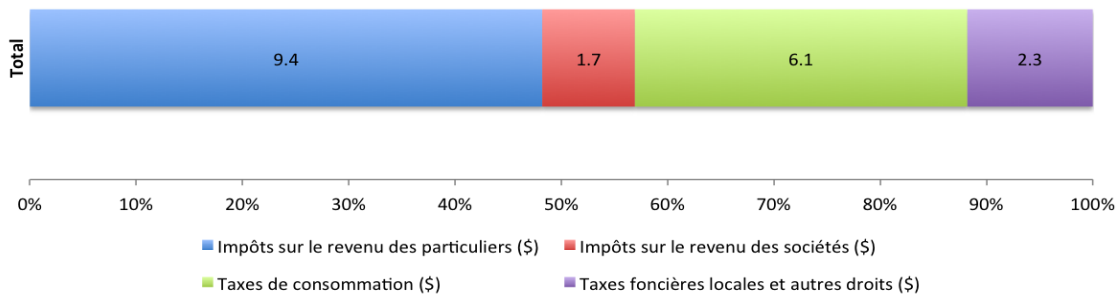


Les répartitions selon chaque incidence fiscale, y compris les taxes fédérales et provinciales, et les taxes par type, sont indiquées dans les figures ci-dessous.

**Figure 29 – Total des taxes fédérales et provinciales – ensemble de l’industrie (million de \$)**



**Figure 30 – Total des taxes par type – ensemble de l’industrie (millions de \$)**



Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

#### 4.1 Détails des retombées

L’industrie de la musique de base du Nouveau-Brunswick regroupe 676 artistes dont le salaire moyen à temps plein dans le domaine de la musique est de plus de 10 000 \$ par année, et les organisations et les entreprises qui emploient directement 344 ETP dont le salaire moyen à temps plein est de plus de 46 000 \$. L’industrie de la musique élargie du Nouveau-Brunswick comprend les secteurs de la radiodiffusion, de la vente au détail, et du matériel et des instruments :

- Le secteur de la radiodiffusion comptait 180 ETP et le salaire moyen à temps plein était de plus de 44 000 \$.
- Le secteur de la vente au détail comptait 50 ETP et le salaire moyen à temps plein était d’environ 26 000 \$.
- Le secteur du matériel et des instruments de musique comptait 140 ETP et le salaire moyen à temps plein était d’environ 25 000 \$.



Figure 31 – Retombées économiques directes – détails pour l'ensemble de l'industrie (milliers de \$)

	Ensemble de l'industrie				
	Industrie de base		Industrie élargie		
	Artistes	Entreprises et organisations	Radiodiffusion*	Vente au détail	Matériel et instruments
<b>Emplois (ETP)</b>	676 artistes (non des ETP)	344	180	50	140
<b>Salaires moyens à temps plein dans le domaine de la musique (milliers de \$)</b>	10,4	46,4	44	26	24,8

Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

Note : Les chiffres étant arrondis, le total peut ne pas être exact.

\* 60 % de l'activité économique du secteur de la radiodiffusion au Nouveau-Brunswick est inclus dans l'analyse fondée sur les résultats au tableau 8 dans *The Competitive Value of Music to Commercial Radio Stations* de Paul Audley et Marcel Boyer (2007).



#### 4.1.1 Industrie de la musique de base

Les retombées économiques de l'industrie de la musique « de base » qui comprend les artistes du monde musical, les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique, et les organisations liées à l'industrie de la musique se traduisaient par plus de 500 ETP (en plus des 676 artistes), des revenus du travail de 22,4 millions de dollars et un PIB de 30,5 millions de dollars.

L'industrie de la musique de base du Nouveau-Brunswick a produit :

- des retombées directes représentant 344 ETP (en plus des 676 artistes), des revenus du travail de 15,9 millions de dollars et un PIB de plus de 17 millions de dollars;
- des retombées directes par ETP représentant une contribution d'environ 50 000 \$ au PIB et environ 15 000 \$ versées en taxes provinciales au Nouveau-Brunswick;
- des retombées indirectes représentant 99 ETP, des revenus du travail de plus de 4 millions de dollars et un PIB de 7,6 millions de dollars;
- des retombées induites représentant 59 ETP, des revenus du travail de 2,4 millions de dollars et un PIB de 5,9 millions.

**Figure 32 – Retombées économiques – industrie de base (millions de \$)**

	<b>Retombées directes</b>	<b>Retombées indirectes</b>	<b>Retombées induites</b>	<b>Retombées totales</b>
<b>Emploi (ETP)</b>	344 (+676 artistes)	99	59	<b>502 (+676 artistes)</b>
<b>Revenus du travail (millions de \$)</b>	15,9	4,0	2,4	<b>22,4</b>
<b>Produit intérieur brut (millions de \$)</b>	17,1	7,6	5,9	<b>30,5</b>

Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada.

Note : Les chiffres étant arrondis, le total peut ne pas être exact.



Les incidences fiscales de l'industrie de la musique de base au Nouveau-Brunswick représentaient, pour tous les ordres de gouvernement, des recettes fiscales de 9,9 millions de dollars réparties comme suit : 5,1 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 815 959 \$ provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés, 2,8 millions de dollars provenant de la taxe de consommation et 1,1 million de dollars provenant des taxes foncières locales et d'autres droits.

- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement fédéral 3,1 millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 664 189 \$ provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés et 903 376 \$ provenant de la taxe de consommation.
- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a versé au gouvernement provincial environ deux millions de dollars provenant de l'impôt sur le revenu des particuliers, 151 770 \$ provenant de l'impôt sur le revenu des sociétés, 1,9 million de dollars provenant de la taxe de consommation et 1,1 million de dollars provenant des taxes foncières locales et d'autres droits.

**Figure 33 – Incidences fiscales – industrie de base (millions de \$)**

	<b>Fédéral</b>	<b>Provincial</b>	<b>Total</b>
<b>Impôt sur le revenu des particuliers (millions de \$)</b>	3,1	2,0	<b>5,1</b>
<b>Impôt sur le revenu des sociétés (million de \$)</b>	0,7	0,2	<b>0,8</b>
<b>Taxe de consommation (millions de \$)</b>	0,9	1,9	<b>2,8</b>
<b>Taxes foncières locales et autres droits (million de \$)</b>	0,0	1,1	<b>1,1</b>
<b>Total (millions de \$)</b>	<b>4,7</b>	<b>5,1</b>	<b>9,9</b>

Source : Modèle MyEIA de Nordicity et Statistique Canada

Note : Les chiffres étant arrondis, le total peut ne pas être exact.



## 5. Perspectives de croissance

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick possède un ensemble unique de forces et de possibilités, mais elle a aussi des faiblesses et fait face à des menaces. Basée sur une série de consultations auprès de l'industrie, sur l'analyse du sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick et sur de nombreuses recherches documentaires, la présente section porte sur les perspectives de croissance du secteur.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick a de nombreuses raisons de célébrer, possédant un bassin d'artistes et une communauté musicale locale forte et riche sur le plan artistique, un endroit inspirant et souhaitable pour les artistes et une population qui appuie la culture. On y trouve aussi un volet des prestations en public florissant grâce aux nombreux festivals, aux différentes salles de spectacle, à la Semaine provinciale de l'industrie de la musique bien établie et aux prix provinciaux. La province fait face à des défis, notamment une infrastructure de l'industrie limitée, un marché fragmenté en ce qui a trait à la culture, à la langue et à la géographie, une fragmentation des structures de financement provinciales et une dépendance à l'égard des cachets versés pour les prestations en public au Nouveau-Brunswick.

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick est aussi exposée à certains risques, notamment sa fragmentation accrue dans un marché déjà petit, les réductions des cachets versés pour les prestations en public, l'érosion de l'infrastructure de l'industrie de la musique déjà limitée et une baisse du soutien du public envers le secteur de la musique. Quelques possibilités s'offrent au secteur de la musique au Nouveau-Brunswick, par exemple assurer une plus grande collaboration et coordination entre ses communautés fragmentées (y compris sur le plan culturel, linguistique et géographique), tirer profit des forces de la province en partageant les services et en mettant les ressources en commun, se distinguer comme un pilier international de la culture acadienne et améliorer les offres de soutien financier à l'industrie de la musique.

Figure 34 – Sommaire FPM

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Important bassin de talents artistiques et créatifs</li><li>▪ Communauté riche sur le plan artistique et population appuyant la culture</li><li>▪ Secteur des prestations en public florissant</li><li>▪ Milieu très favorable aux artistes nouveaux et en début de carrière</li><li>▪ Endroit inspirant et souhaitable pour les artistes</li><li>▪ Festival de l'industrie de la musique provinciale bien établi</li><li>▪ Prix de l'industrie provinciale de la musique respectés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Infrastructure de l'industrie limitée (entreprises, professionnels et ressources)</li><li>▪ Marché fragmenté sur le plan culturel et linguistique</li><li>▪ Marché fragmenté sur le plan géographique dans les villes et les collectivités de la province</li><li>▪ Financement direct non spécifique à l'industrie de la musique</li><li>▪ Marché géographiquement isolé et frais de voyage élevés</li><li>▪ Chevauchement des structures de soutien de l'industrie et des industries culturelles (plus axées sur l'aspect artistique) et de création (plus axées sur l'aspect commercial)</li><li>▪ Dépendance à l'égard des cachets versés pour les prestations en public au Nouveau-Brunswick</li></ul>

Possibilités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meilleure coordination et collaboration entre les marchés francophone et anglophone</li> <li>▪ Partage des services et mise en commun des ressources</li> <li>▪ Excellence comme chef de file international dans la culture acadienne</li> <li>▪ Soutien financier accru adapté aux demandes particulières et changeantes du secteur de la musique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fragmentation de l'industrie (dans un marché déjà petit)</li> <li>▪ Tendance à la baisse des prestations en public et des cachets</li> <li>▪ Perte de toute infrastructure de l'industrie (dans un marché déjà limité et trop dépendant)</li> <li>▪ Baisse du soutien au secteur de la musique</li> </ul>

## 5.1 Forces et possibilités

Les recherches montrent que les retombées de l'industrie de la musique devraient continuer de croître.<sup>17</sup>

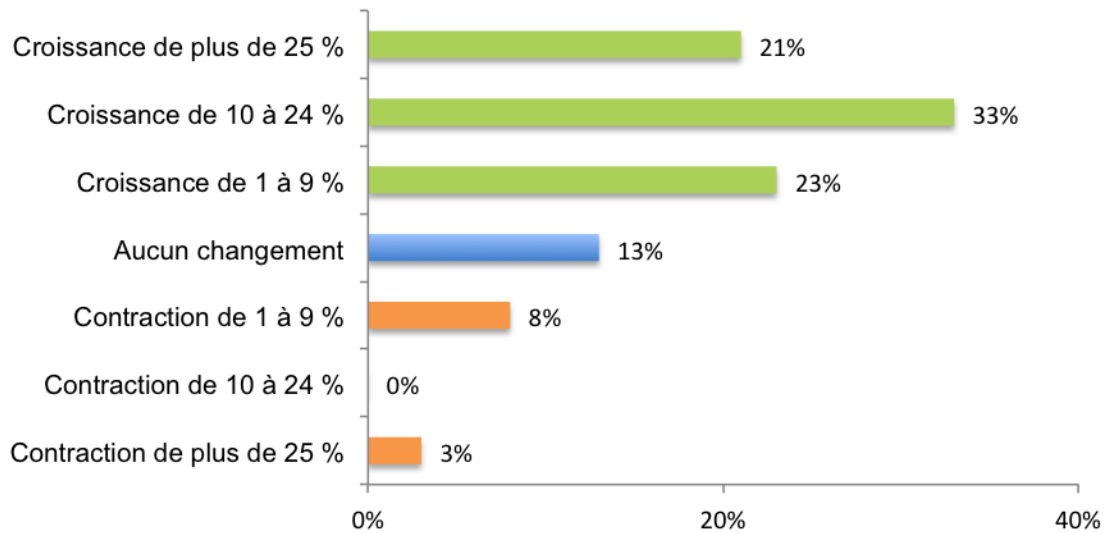
- Plus de trois entreprises et professionnels de l'industrie de la musique sur quatre au Nouveau-Brunswick prévoient que leurs revenus augmenteront au cours des deux prochaines années.
- Une entreprise ou un professionnel de l'industrie de la musique sur cinq prévoit un taux de croissance de plus de 25 %; une entreprise ou un professionnel sur trois prévoit un taux de croissance entre 10 et 24 %; et une entreprise ou un professionnel sur quatre prévoit un taux de croissance entre 1 et 9 %.
- Une entreprise ou un professionnel de l'industrie de la musique sur dix prévoit que ses revenus demeureront les mêmes, sans croissance ni contraction.
- Environ une entreprise ou un professionnel de l'industrie de la musique sur dix prévoit une contraction.

*Il y a beaucoup de talents au N.-B. Nous devons nous organiser de façon plus cohérente.*

*- Entreprise de l'industrie de la musique du N.-B.*

<sup>17</sup> Le secteur de l'industrie de l'information, de l'industrie culturelle et des loisirs au Nouveau-Brunswick devrait atteindre un milliard de dollars et représenter environ 4 % du PIB provincial d'ici 2020. MQO Research. (2012). « *Profil du secteur de l'industrie de l'information, de l'industrie culturelle et des loisirs au Nouveau-Brunswick* ». Consulté le 27 février 2013 à [http://www2.gnb.ca/content/dam/gnb/Departments/petlepft/PDF/PopGrowth/Information\\_Cultural\\_Profile-f.pdf](http://www2.gnb.ca/content/dam/gnb/Departments/petlepft/PDF/PopGrowth/Information_Cultural_Profile-f.pdf)

Figure 35 – Prédiction des revenus de deux ans (entreprises et professionnels)



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

### 5.1.1 Domaines de croissance

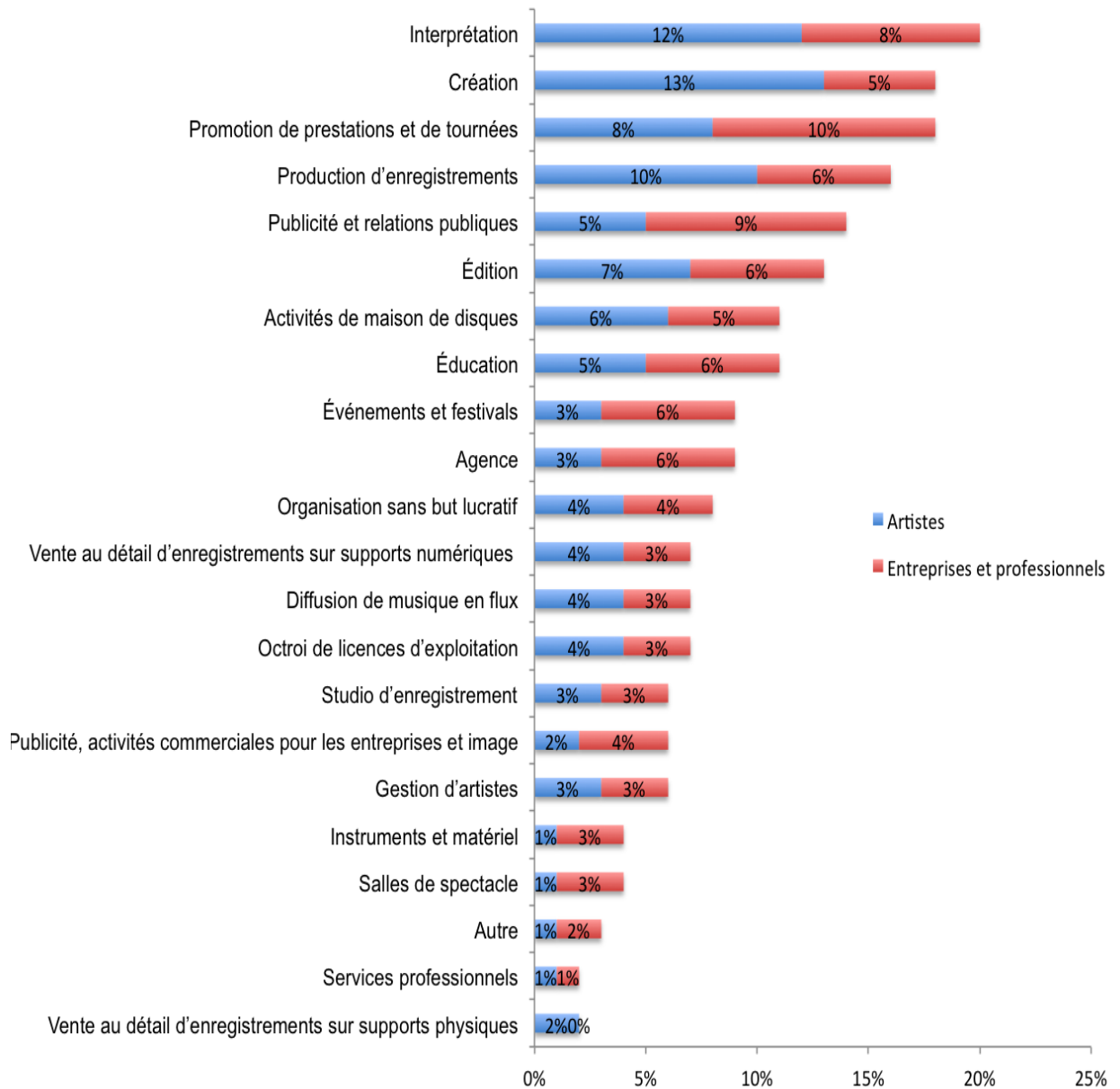
Au cours des deux prochaines années, les domaines de croissance des entreprises et des professionnels de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick seront variés dans l'ensemble du secteur.

La promotion des tournées et des prestations est la nouvelle activité la plus importante que mèneront 10 % des entreprises et des professionnels au cours des deux prochaines années, suivie de la publicité et des relations publiques (9 %) et des prestations (8 %). À un taux de 6 % chacune, les activités d'agence artistique, l'éducation, la tenue et la gestion de festivals et d'événements, la production de musique et l'édition de musique sont aussi d'importantes activités que prévoient exercer les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick au cours des deux prochaines années.

Cinq pourcent des entreprises et des professionnels de l'industrie de la musique prévoient pratiquer à la fois des activités de création et des activités de maison de disques, suivies de la publicité et du travail sans but lucratif (4 % chacun), et de la vente au détail d'enregistrements sur supports numériques, des activités de studio d'enregistrement, de la diffusion de musique en flux, de la gestion d'artistes, de la vente d'instruments et de matériel, de l'octroi de licences d'exploitation et des activités liées aux salles de spectacle (3 % chacun).

Les artistes du monde musical au Nouveau-Brunswick prévoient entreprendre des activités plus créatives au cours des deux prochaines années, avec en tête de liste la création (13 %), les prestations (12 %) et la production de musique (10 %) (voir la Figure 36 ci-dessous). Les activités professionnelles étaient un autre domaine de croissance, quoique secondaire aux activités artistiques; les principales activités de croissance commerciale étant la promotion des prestations (8 %), l'édition (7 %), les activités de maison de disques (6 %), et la publicité et l'éducation (5 % chacun).

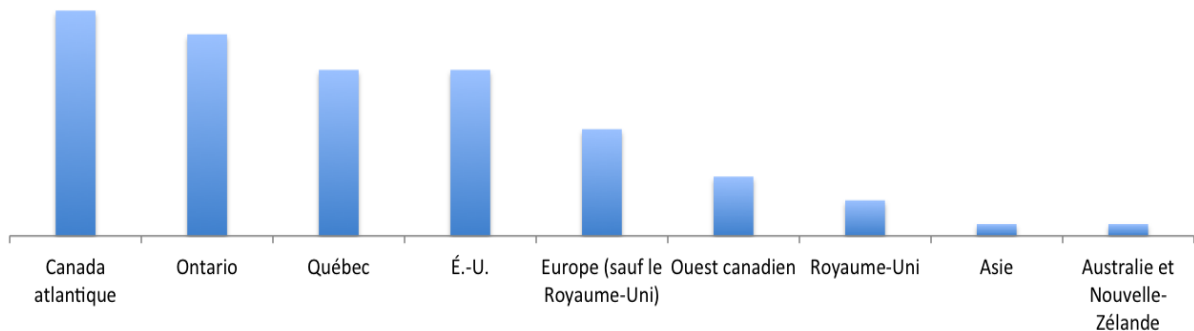
**Figure 36 – Secteurs de croissance au cours des deux prochaines années (nouvelles activités prévues par les artistes du monde musical, et les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique)**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

L'entreprise de l'industrie de la musique a une dimension internationale. Elle comporte des déplacements vers les marchés à des fins de promotion, de prestations et de vente d'œuvres. Comme l'indique la figure ci-dessous, le marché canadien a été mentionné comme le plus important marché pour l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick. Les marchés étrangers, y compris ceux des États-Unis et de l'Europe, étaient perçus comme étant importants par les membres de l'industrie.

**Figure 37 – Nouveaux marchés les plus importants pour l'expansion des entreprises**



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

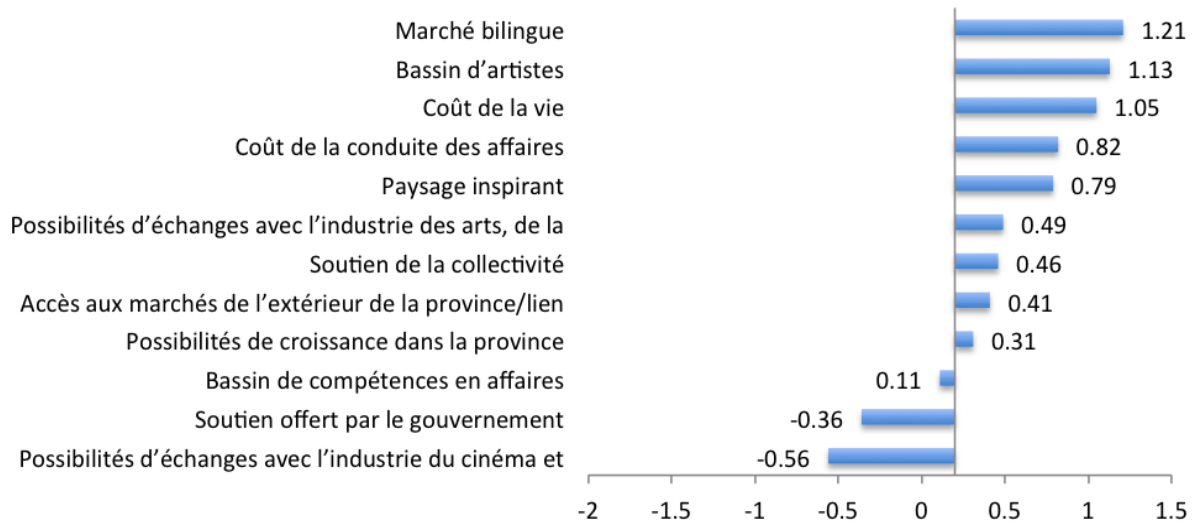
## 5.2 Compétitivité de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick

Selon les membres de l'industrie qui ont répondu au sondage, la population néo-brunswickoise est le principal facteur qui fait du Nouveau-Brunswick un bon endroit où travailler dans l'industrie de la musique, suivie des coûts concurrentiels dans la province. En ce qui a trait à la population de la province, le marché bilingue a été mentionné comme le plus grand facteur unique pour l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (indice de 1,21), suivi du bassin d'artistes de la province (indice de 1,13). Quant aux coûts concurrentiels dans la province, le coût de la vie (indice de 1,05) et le coût de la conduite des affaires (indice de 0,82) ont été mentionnés comme les troisième et quatrième principaux facteurs.

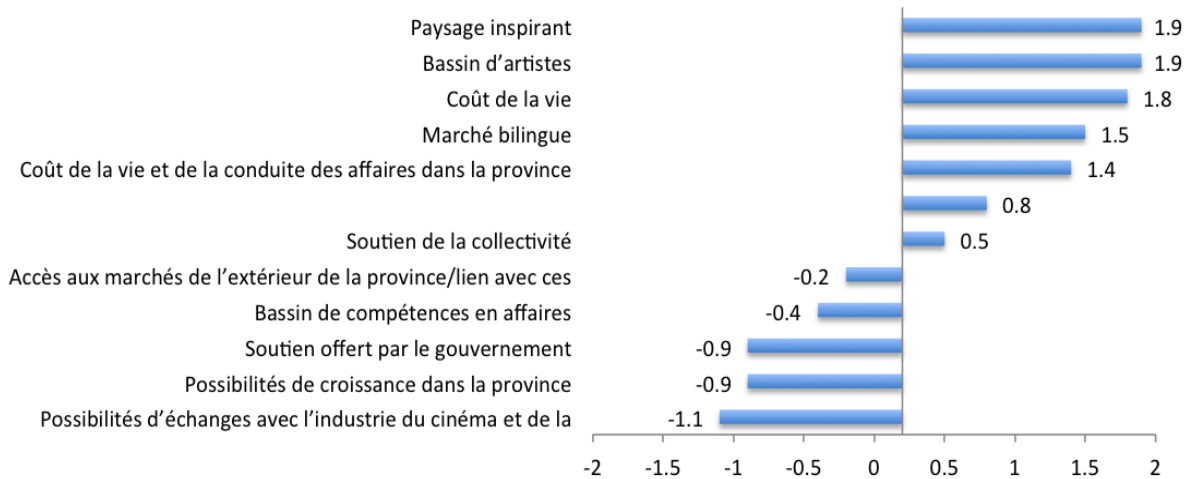
D'autres facteurs faisant du Nouveau-Brunswick un bon endroit où travailler dans l'industrie de la musique comprenaient le paysage inspirant de la province, les possibilités d'échanges avec l'industrie des arts, de la culture et du patrimoine, le soutien de la collectivité, l'accès aux marchés de l'extérieur de la province, les possibilités de croissance dans la province et le bassin de compétences en affaires.

Les deux facteurs mentionnés comme nuisant à l'attrait du Nouveau-Brunswick comme un bon endroit où travailler dans l'industrie de la musique sont le soutien offert par le gouvernement et les possibilités d'échanges avec d'autres industries de création, notamment l'industrie du cinéma et de la télévision.

**Figure 38 – Facteurs faisant du N.-B. un bon endroit où travailler dans l’industrie de la musique (entreprises et professionnels)\***



**Figure 39 - Facteurs faisant du N.-B. un bon endroit où travailler dans l’industrie de la musique (artistes)\***



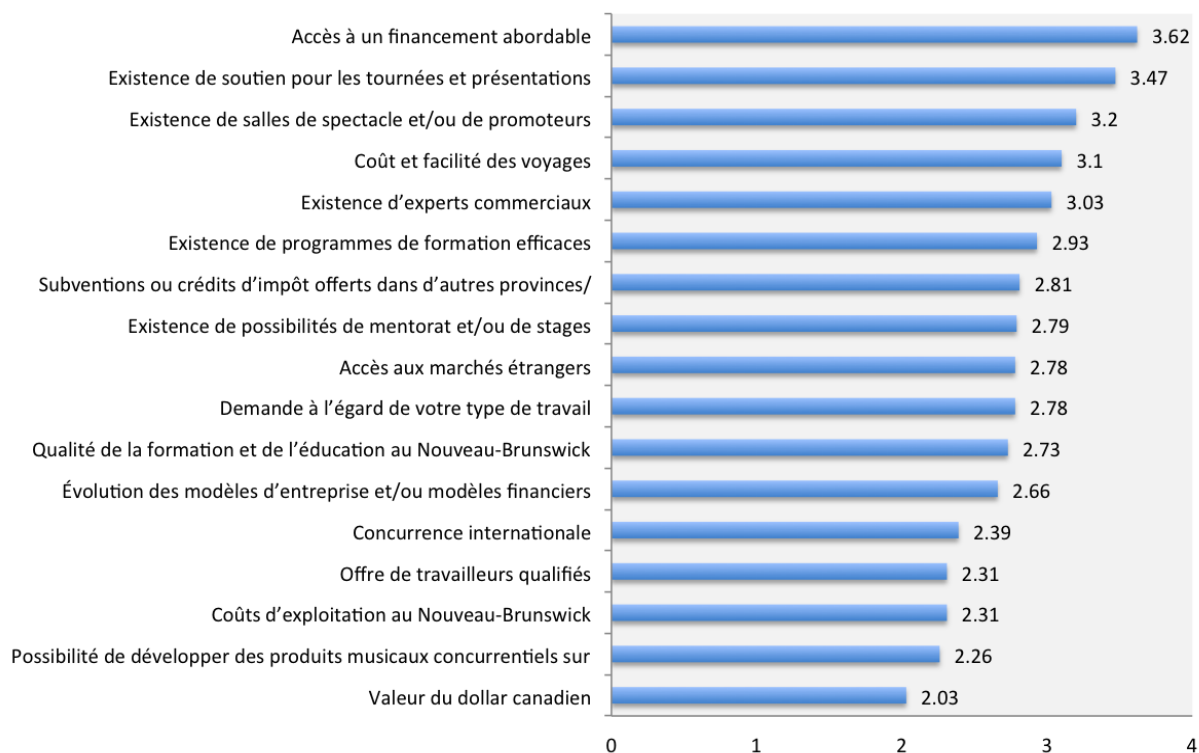
Source: Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

\*Indice des facteurs faisant du N.-B. un bon endroit où travailler dans l'industrie de la musique

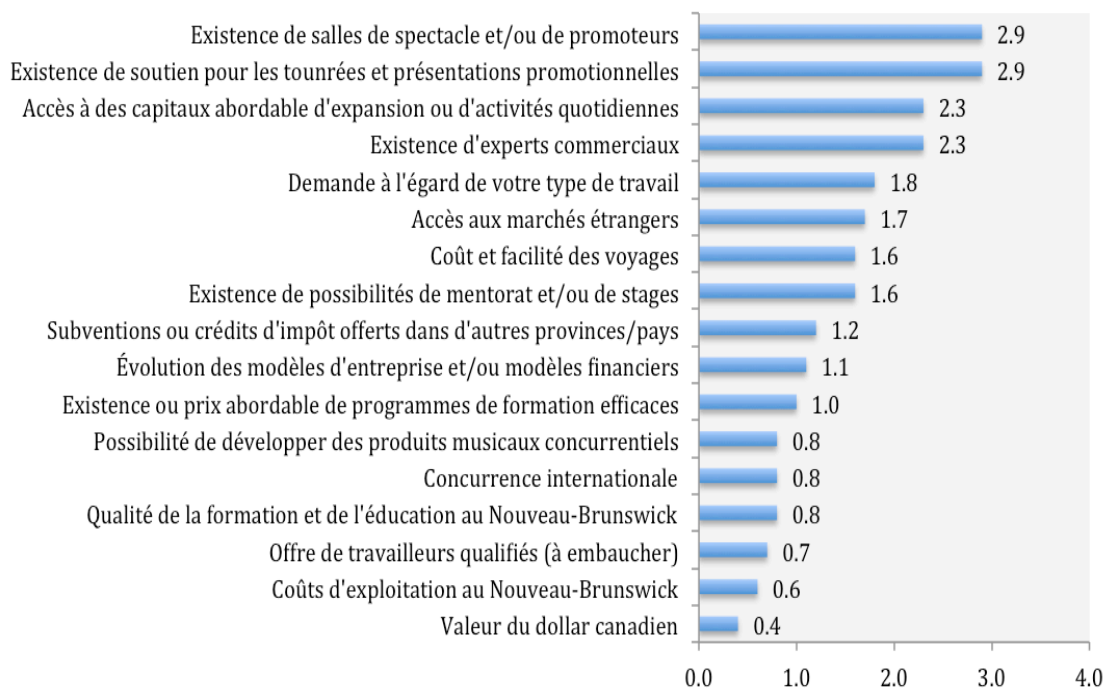


La capacité financière et la disponibilité sont les principaux facteurs qui limitent la croissance de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Le facteur mentionné comme étant le plus restrictif est l'accès à un financement abordable, suivi de l'existence d'un soutien pour les tournées et présentations promotionnelles, et le coût et la facilité des voyages à partir du Nouveau-Brunswick.

**Figure 40 – Facteurs limitant la croissance (entreprises et professionnels)\***



**Figure 41 – Facteurs limitant la croissance (artistes du monde musical)\***



Source : Sondage de Nordicity sur l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick (2013)

\*Indice des facteurs limitant la croissance

### 5.3 Comparaison avec des associations provinciales homologues de l'industrie de la musique

L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick est au même rang que celle de plusieurs provinces comparables au Canada, notamment le Manitoba, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et l'Alberta. La Nouvelle-Écosse et le Manitoba, qui partagent avec le Nouveau-Brunswick la taille de la population, et les traits culturels et linguistiques, investissent des sommes considérables dans leurs associations de l'industrie de la musique et leur confient la gestion du financement direct de leur industrie de la musique. L'Alberta et l'Île-du-Prince-Édouard confient aussi à leurs associations de l'industrie de la musique la tâche du financement de l'industrie de la musique. Chaque province s'est démarquée dans ses projets de développement des marchés et d'exportations. Pour chacune des provinces qui partagent le défi commun que pose l'isolement géographique des grands centres de musique au Canada<sup>18</sup>, ces investissements peuvent créer davantage de possibilités de coordination et d'accès aux marchés. L'accroissement de l'activité au sein de l'industrie peut aussi stimuler l'activité commerciale et professionnelle, appuyant en fin de compte le développement et le renforcement de la capacité et de l'infrastructure de l'industrie.

<sup>18</sup> Toronto, Montréal et Vancouver sont les principaux centres de l'industrie de la musique.

L'orientation et le financement stratégiques de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick reposent surtout sur trois principaux fournisseurs de programmes : MNB (l'association provinciale de l'industrie de la musique [AIM]), artsnb (Conseil des arts du Nouveau-Brunswick) et ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick. Contrairement à de nombreuses autres associations provinciales homologues, l'AIM du Nouveau-Brunswick ne gère pas le financement direct à l'industrie de la musique, cette tâche relevant plutôt du gouvernement provincial (dans le cadre du programme de développement de l'industrie de la musique [DIM]) et du Conseil des arts du Nouveau-Brunswick (au moyen de subventions au secteur culturel).

- Le **ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick** gère le programme de développement de l'industrie de la musique (DIM) qui appuie directement la création et la production, le perfectionnement professionnel et le développement des entreprises de l'industrie de la musique.
- Le **Conseil des arts du Nouveau-Brunswick (artsnb)** gère un certain nombre de programmes de subventions et de projets généraux destinés à l'ensemble de la communauté artistique et dans toutes les disciplines artistiques telles la création, le perfectionnement professionnel et le développement de l'artiste.

Disposant de modestes ressources humaines et financières, MNB est le principal organisme de soutien de l'industrie de la musique au Nouveau-Brunswick. Il reçoit des fonds de ses partenaires, notamment le gouvernement du Nouveau-Brunswick, le gouvernement du Canada, FACTOR, Musicaction, SOCAN et ses membres. Excellant dans la promotion, le lobbying et le développement des entreprises, MNB offre aux membres de l'industrie des ateliers et des colloques spécialisés, des services de consultations et de mises en rapport professionnelles, et des possibilités de réseautage et de présentations promotionnelles. Les membres bénéficient aussi de renseignements à jour de l'industrie sur les programmes et les possibilités de financement, et des occasions de marketing et de promotion dans le bulletin et sur les médias sociaux du MNB, et d'un accès à un centre de ressources pour les artistes et les entreprises<sup>19</sup>.

MNB, qui appuie considérablement le développement des entreprises de l'industrie de la musique de la province, organise la Semaine annuelle de l'industrie de la musique, le **Festival MNB**, et les prix provinciaux de l'industrie de la musique, **Prix MNB**, en plus de jouer un rôle clé auprès de l'Association de la musique de la côte Est et durant la Semaine de la musique de la côte Est (SMCE). Les autres AIM dans l'Est du Canada, telles Music Nova Scotia et Music PEI, organisent aussi des festivals et décernent des prix provinciaux de l'industrie de la musique, mais ce n'est pas le cas des AIM dans l'Ouest du Canada, telles Manitoba Music, SaskMusic et Alberta Music.

Contrairement à la plupart des AIM au Canada, MNB n'a pas le mandat provincial d'appuyer directement le secteur de la musique de la province. MNB offre un soutien à la formation et au développement des entreprises. Toutefois, les interventions nécessaires qui sont normalement gérées par de nombreuses autres AIM provinciales, mais qui ne le sont pas par MNB, comprennent le soutien financier (i) à la création et à la production de musique, (ii) au perfectionnement professionnel et (iii) aux interventions ayant trait à la diversité.

---

<sup>19</sup> Le centre de ressources de MNB est accessible aux membres et fournit ce qui suit : internet sans fil, téléphone, imprimante, télécopieur, scanner, publications et collection de disques compacts d'artistes du Nouveau-Brunswick. Les industries de la musique de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba, des Territoires-du-Nord-Ouest et du Territoire du Yukon sont desservies par la Western Canadian Music Alliance (WCMA) qui organise BreakOut West et les Western Canadian Music Awards.

L'examen des modèles de cinq AIM provinciales homologues a fait ressortir plusieurs distinctions clés.

- **Les AIM provinciales homologues appuient directement la création et la production de musique :** Contrairement au Nouveau-Brunswick, Alberta Music et Music Nova Scotia appuient directement les prestations en public tandis que Music Nova Scotia et Music PEI offrent d'autres formes de soutien à la création et à la production telles le mentorat, les échanges et les projets en collaboration.
- **Les AIM provinciales homologues appuient directement le perfectionnement professionnel :** MNB appuie la prestation de la formation tout comme les AIM provinciales Alberta Music, Manitoba Music et Music Nova Scotia, mais ne gère pas les mentorats et les projets de stage appuyés par Manitoba Music et d'autres formes de perfectionnement professionnel appuyées par Music PEI, Music Nova Scotia, Manitoba Music et Alberta Music.
- **Les AIM provinciales homologues appuient directement le développement des entreprises :** MNB appuie la semaine provinciale de l'industrie de la musique et les prix tout comme ses pairs au Canada atlantique, mais n'offre pas d'autres formes de soutien, par exemple :
  - Marketing et interventions de diffuseurs et promoteurs appuyés directement par Music Nova Scotia;
  - Appui à l'exportation offert directement par Alberta Music, Music Nova Scotia<sup>20</sup> et Music PEI et,
  - Présentations promotionnelles appuyées directement par Alberta Music, Manitoba Music, Music Nova Scotia et Music PEI.
- **Manitoba Music, une AIM provinciale homologue, appuie directement la diversité :** MNB encourage et souligne la diversité mais ne fournit pas une intervention directe au même niveau que Manitoba Music, avec ses initiatives jeunesse, francophones et autochtones.

---

<sup>20</sup> En plus d'offrir un soutien direct à l'exportation de musique, Music Nova Scotia a rendu publique une stratégie d'exportation de l'industrie provinciale de la musique pour appuyer ses nombreuses initiatives d'exportations.

Figure 42 - Comparaison de cinq AIM homologues

AIM provinciale		Music/ Musique NB	Alberta Music	Manitoba Music	Music Nova Scotia	Music PEI
Création et production	Prestations en public (y compris résidences)		X		X	
	Autres (y compris mentors, échanges)				X	X
Perfectionnement professionnel	Mentorats			X		
	Stages			X		
	Prestation de formation		X	X	X	
	Autre		X	X	X	X
Développement des entreprises	Marketing				X	
	Soutien aux diffuseurs et promoteurs				X	
	Appui à l'exportation		X		X	X
	Stratégie provinciale d'exportation				X	
	Présentations promotionnelles		X	X	X	X
	Semaine de l'industrie de la musique	X			X	X
	Prix provinciaux de l'industrie	X			X	X
	Autre		X	X	X	X

Source : Recherches de Nordicity



## 5.4 Observations et conclusions

Les deux groupes de discussion francophones et anglophones qui se sont réunis chacun deux fois ont critiqué, modifié et enfin validé les observations et les conclusions tirées des recherches et de l'analyse de Nordicity qui leur ont été présentées. Les partenaires susceptibles d'intervenir qui ont été identifiés lors des consultations sont indiqués entre parenthèses ( ).

- Étant le porte-parole et représentant la vision de l'industrie de la musique, l'association de l'industrie de la musique pourrait répondre à la demande de l'industrie en contribuant davantage à la planification et à la gestion du financement public. Puisque l'industrie de la musique est en constante évolution et axée sur le marché, ce qui requiert un équilibre unique entre l'objectivité artistique et l'objectivité commerciale, le soutien au secteur de la musique est souvent mieux conçu ou géré par des organismes ayant une connaissance et une compréhension profondes de l'industrie de la musique. L'association de l'industrie de la musique contribue aux programmes de financement à titre consultatif mais son expertise dans l'industrie pourrait être utilisée davantage dans la prestation des programmes comme en témoignent un certain nombre d'autres provinces

canadiennes comparables où le soutien au secteur est assuré par l'association provinciale de l'industrie de la musique. **(MNB)**

- L'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick devrait considérer l'exportation de la musique à l'extérieur de la province comme une priorité pour les artistes, les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique. Les exportations sont essentielles à la réussite et à la viabilité de l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick. D'autres initiatives visant à promouvoir les artistes, les professionnels et les entreprises du Nouveau-Brunswick rehausseraient le profil de l'industrie, favoriseraient le développement des entreprises, et accroîtraient les ventes et les revenus de l'industrie. Les priorités devraient être axées sur l'utilisation de l'ensemble unique des forces de la province pour tirer profit des possibilités qu'elle offre, notamment ses liens uniques avec les marchés francophones, québécois, acadiens et européens. **(Tous les intervenants)**
- Un répertoire public des membres, des fournisseurs et des intervenants de l'industrie pourrait aider les artistes, les entreprises et les professionnels de l'industrie de la musique à élargir leurs réseaux et à utiliser les forces existantes à l'intérieur et à l'extérieur du Nouveau-Brunswick. **(MNB)**
- L'accroissement du rôle de l'association de l'industrie en matière de développement des entreprises et de promotion pourrait aider à établir un dialogue et des liens plus étroits avec les intervenants de l'industrie et les décideurs. **(MNB)**
- Une formation accrue pour les artistes et les professionnels de l'industrie de la musique dans la région augmenterait l'ensemble des compétences du secteur, la compétitivité générale et, par conséquent, la viabilité générale. **(MNB, Association de la musique de la côte Est, SOCAN, FACTOR, Centre des arts et de la technologie, Centre des arts Atlantica, InterAction School of Performing Arts, professionnels de l'enseignement de la musique de la province et professionnels de l'industrie de la musique provinciale)**
- Le fait de faciliter les initiatives de collaboration dans l'industrie entre les régions de la province (y compris les villes comme Moncton, Saint-Jean, Fredericton et du Nord de la province ainsi que les communautés rurales) pourrait produire de nouvelles synergies, et révéler le potentiel et les possibilités inexploités. **(MNB et artsnb)**
- Une plus grande diffusion d'informations dans la communauté, y compris auprès des jeunes et des élèves, sur les débouchés professionnels et les possibilités créatives offertes par les industries de la culture et de la musique, permettrait d'accroître la sensibilisation à l'industrie et d'ouvrir des perspectives d'emploi et de création à un plus grand bassin d'artistes, de chercheurs d'emploi et de nouveaux talents. **(MNB)**
- L'établissement d'un programme de mentorat pourrait créer des perspectives d'emploi pour des particuliers, en faisant appel aux compétences et à l'expérience des professionnels de l'industrie. **(MNB, Association de la musique de la côte Est, Centre des arts Atlantica, Centre des arts et de la technologie, InterAction School of Performing Arts, FJFNB)**
- La mise sur pied d'une initiative « d'orientation culturelle » ou la création d'un « lien au secteur culturel » à l'intention du public (ou de segments ciblés du public) pourrait accroître l'engagement de l'industrie de la musique, les auditoires et la participation, tout en contribuant aux efforts de diffusion externe de l'industrie élargie. **(MNB, promoteurs d'événements et intervenants provinciaux)**
- La préparation d'une « trousse éducative » ou l'organisation d'un séminaire pourrait fournir les compétences et les outils de formation rentables et évolutifs adaptés aux besoins uniques des industries de la musique et de création du Nouveau-Brunswick. **(MNB, Association de la musique de la côte Est, Centre des arts Atlantica, Centre des arts et de la technologie, InterAction School of Performing Arts, Peter Cullen, CRHSC)**

*Il est toujours important de connaître les étapes de base pour naviguer dans l'industrie de la musique. À titre d'exemple, savoir par où commencer et quels sont les meilleures « endroits » où aller.*

*- Artiste du monde musical du N.-B.*

## ANNEXE A – Collaborateurs du projet

Nous sommes reconnaissants aux personnes suivantes de leur contribution au projet.

David	Adams	Richard	Hornsby
Marc	Arsenault	Shaun	LeBlanc
Zach	Atkinson	Barbara	Long
Mike	Biggar	Ken	Mainville
James	Blanchard	Mark	Marshall
Corey	Bonnevie	Monique	Poirier
Shawn	Bostick	Pascal	Raïche-Nogue
Yolande	Bourgeois	Scott	Sampson
Hilary	Branch	Kimberly	Sinclair
Clinton	Charlton	Jamie	Steel
Peter	Cullen	Jean	Surette
Lynne	Daigle	Chuck	Teed
Tim	Davidson	Amy	Thériault
Daniel	Downes	Mélissa	Thibodeau
David	Elliott	Marie-Pierre	Valay Nadeau
François	Émond	Véronique	Wade
Tricia	Harrity	Graeme	Walker
Cody	Hicks		

## ANNEXE B – Glossaire

<b>Artiste du monde musical</b>	Artiste solo, compositeurs, auteurs-compositeurs et groupes de musiciens.
<b>Chaîne de valeur de l'industrie de la musique</b>	Séries d'activités (ou de processus) englobant tous les aspects de l'industrie de la musique, depuis le concept jusqu'à la création, la distribution et la consommation, souvent organisées par un réseau complexe d'artistes et d'entreprises de l'industrie de la musique.
<b>Emplois directs</b>	Emplois dans les entreprises qui créent de la musique, des produits musicaux ou des services musicaux.
<b>Emplois indirects</b>	Emplois dans d'autres industries qui sont maintenus au moyen des dépenses dans l'industrie de la musique.
<b>Entreprises et professionnels de l'industrie de la musique</b>	Entreprises, professionnels, entrepreneurs ou pigistes dans la chaîne de valeur de l'industrie de la musique ( <i>p. ex.</i> créateurs de musique, de produits musicaux ou de services musicaux).
<b>Incidences fiscales</b>	Résultat net du calcul des revenus et des dépenses à l'échelle provinciale.
<b>Majoration</b>	Processus d'élargir un échantillon ( <i>p. ex.</i> « n » des réponses au sondage) pour refléter l'ensemble statistique (ou la population « N »).
<b>Organisation liée à la musique</b>	Organisation sans but lucratif qui appuie et développe l'industrie de la musique.
<b>Production brute</b>	Total des frais de production, des dépenses en capital et des revenus.
<b>Produit intérieur brut (PIB)</b>	Valeur marchande de tous les biens et services produits et reconnus officiellement à l'intérieur d'un territoire au cours d'une période donnée.
<b>Rapport d'intensité</b>	Somme d'une production donnée ( <i>p. ex.</i> le PIB) par unité d'activité ( <i>p. ex.</i> revenu d'un million de dollars).
<b>Retombées directes</b>	Accroissement du PIB et de l'emploi dans l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.
<b>Retombées indirectes</b>	Accroissement du PIB et de l'emploi dans les industries qui approvisionnent en intrants l'industrie de la musique du Nouveau-Brunswick.
<b>Retombées induites</b>	Activité économique additionnelle générée par les dépenses issues des revenus additionnels du ménage dans l'économie du Nouveau-Brunswick.
<b>Revenu du ménage</b>	Total de tous les revenus de tous les adultes du ménage.



### **Nordicity Group Ltd.**

Nordicity ([www.nordicity.com](http://www.nordicity.com)) est une société internationale d'experts-conseils qui offre aux clients des secteurs public et privé des solutions innovantes dans les domaines suivants : stratégie et entreprise, analyse et évaluation économiques, et politiques et règlements dans les secteurs des arts, de la culture, de la création, de la technologie et de l'innovation.

Pour plus d'information : [info@nordicity.com](mailto:info@nordicity.com)

Rapport préparé par Nordicity. NGL14-02-11