

Recherches sociographiques



« Crise » dans les industries de la musique au Québec Ébauche d'un diagnostic

Line Grenier

Volume 52, Number 1, janvier–avril 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/045832ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/045832ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (print)

1705-6225 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Grenier, L. (2011). « Crise » dans les industries de la musique au Québec : ébauche d'un diagnostic. *Recherches sociographiques*, 52(1), 27–48. <https://doi.org/10.7202/045832ar>

Article abstract

This article examines the so-called “crisis” of the music industry. It presents first a descriptive analysis of the public discourse in Quebec on that topic, including a presentation of associated facts and figures (e.g., symptoms, people in charge, action). Then, to initiate what Foucault termed “événementialisation,” i.e., the analysis of discourse and practices as dimensions of events, the author examines the conditions of possibility and intelligibility of this discourse, whether it be about the “crisis” or a part of it. The author describes the production of CDs as the predominant form of musical communication, and the effectiveness of the “crisis” as a structuring principle within the endogenous industrialization of music.

RS

« CRISE » DANS LES INDUSTRIES DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC. ÉBAUCHE D'UN DIAGNOSTIC

Line GRENIER

L'article est consacré à la « crise » des industries de la musique. Il en présente d'abord une analyse descriptive en tant qu'objet du discours public au Québec, autour de ce qui en constitue les évidences (symptômes, responsables, action). Ensuite, pour en démarrer l'événementialisation (Foucault), l'auteure interroge les conditions de possibilité et d'intelligibilité de ce discours « de/dans » la « crise ». Elle y discute la mise à l'épreuve du disque comme forme de communication musicale prédominante ainsi que l'effectivité de la « crise » comme principe structurant de l'industrialisation musicale endogène.

Depuis quelques années, un peu partout à travers le monde, il est question sur la place publique comme dans les coulisses des milieux artistiques et culturels de la « crise » de l'industrie musicale – une « crise » majeure au point de remettre en question les principaux modes de production, de consommation et de distribution de la musique. Au Québec, le phénomène se serait récemment amplifié, attirant d'autant plus l'attention que la « crise » concerne l'un des domaines phares de la culture locale. Elle met effectivement en cause certains des principaux chefs de file des industries culturelles dont on s'enorgueillit des succès financiers et culturels à l'échelle locale et internationale depuis près de trois décennies. Les dispositifs, les acteurs et les pratiques de ces industries endogènes, qui demeurent d'ailleurs sous-étudiés, médiatisent la production et la mise en société de la chanson et de la musique populaire au Québec, un assemblage d'œuvres, d'artistes, de répertoires, d'institutions et de pratiques considérés comme étant de ceux qui auraient façonné les vecteurs clés de l'identité québécoise depuis une quarantaine d'années (GRENIER, 1997a).

Le présent article est consacré à cette « crise ». Son principal objectif est d'en entreprendre l'« événementialisation », un processus qui, dans les termes de Michel Foucault,

consiste à « retrouver les connexions, les rencontres, les appuis, les blocages, les jeux de force, les stratégies, etc., qui ont, à un moment donné, formé ce qui va ensuite fonctionner comme évidence, universalité, nécessité » (FOUCAULT, 1994b, p. 23). Pour provoquer une telle « rupture d'évidence » (*idem*), il propose un cheminement critique en deux moments. Le premier (et principal) moment consiste en une analyse descriptive de la « crise » en tant qu'objet du discours public sur la musique et la culture au Québec au sein duquel elle se trouve enchâssée et expliquée¹. Émanant à la fois de journalistes, de critiques culturels et musicaux, de chercheurs et de différents agents culturels et industriels des milieux concernés, ce discours est considéré comme constitutif de l'état des lieux qu'il contribue à articuler : il ne s'agit donc pas seulement d'un discours sur la « crise » mais aussi d'un discours de/dans la « crise ». Le second moment amorce une problématisation de cette « crise » et de la conjoncture à laquelle elle participe. Y sont interrogées certaines des conditions de possibilité et d'intelligibilité du « discours de crise » en musique au Québec, quelques-uns de ses postulats et de ses présupposés, de ses exclusions et de ses silences. Présentées sous le mode du « faire penser », les réflexions qui y sont offertes jettent les bases d'un diagnostic dont la visée, à terme, consisterait à « dire ce que nous sommes aujourd'hui et ce que signifie, aujourd'hui, dire ce que nous disons » (FOUCAULT, 1994a, p. 606). Autrement dit, il tente d'appréhender la « crise » dans la perspective de ce qui est en train d'advenir, de l'actuel en tant qu'« ébauche de ce que nous devenons » (DELEUZE, 1989, p. 191).

L'ÉVIDENCE DE LA « CRISE »

« Les gros blues du disque. L'industrie musicale est en profonde crise : quel est l'avenir du disque et de la musique ? » (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009c, p. 1), titrait à la une *Le Devoir* au printemps 2009. Loin d'être la seule en son genre, une telle affirmation illustre comment, au sein du discours public, l'existence de la « crise » de « l'industrie musicale » – expression sur laquelle je reviendrai dans le second moment – tend à relever de l'évidence que la « crise » apparaît incontestable, avérée et grave. Mais qu'est-ce qui est désigné de la sorte ?

Selon Gérard Bouchard et Alain Roy, la notion de crise renvoie, à la base, à « une perturbation fonctionnelle grave, une discontinuité prenant des résonances structurelles. À la limite, la catastrophe n'est pas bien loin, mais l'horizon d'une résorption est le plus souvent présent. » (BOUCHARD et ROY, 2007, p. 10). Deux des principales acceptions que les chercheurs ont distinguées dans *La culture québécoise est-elle en crise ?* sont régulièrement mises à profit à propos de la perturbation qui sévirait dans le monde musical. L'une, considérée plus radicale, fait de la crise une forme extrême de décomposition ou de désorganisation, voire « une situation de 'désintégration', 'd'effondrement' ou de 'chaos' » (*idem*). Quoique sa présence soit relativement timide dans le discours à l'étude,

1. Bien entendu, cette « crise » déborde de loin les frontières géopolitiques et culturelles du Québec et sévit différemment selon les milieux, les marchés et les formations sociales, compte tenu notamment des développements historiques et des ancrages locaux spécifiques des pratiques, des discours, des industries, des politiques et des institutions liées à la musique et à la culture. La spécificité des dispositifs musicaux (GRENIER, 1997a, 1997b) et culturels (ALLOR et GAGNON, 1999) au Québec en autorise l'analyse à cette échelle.

on en repère des traces dans des énoncés tels que « Les chiffres sont catastrophiques: l'industrie du disque s'écroule dans un immense fracas. » (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009c, *op. cit.*) ; « Je ne voulais pas croire au désastre l'automne dernier quand l'ADISQ annonçait que [...] L'espoir est mort, les chiffres sont tombés, alarmants. » (LESAGE, 2009, p. 36) ; ou « L'industrie de la musique survivra-t-elle à la crise ? » (STERDAN, 2007). L'autre, moins alarmiste précisent les chercheurs, s'inspire de l'acception médicale selon laquelle le terme désigne une situation ambiguë, une « phase critique » susceptible de connaître ou non un dénouement favorable.

Rejoignant l'étymologie du mot grec *krisis* signifiant « décision », « la crise représente le moment d'un choix ou d'une action devenus nécessaires face à une situation problématique » (BOUCHARD et ROY, *op. cit.*). C'est ainsi que la crise se trouve le plus régulièrement articulée par les commentateurs autant que les acteurs industriels concernés. Les trois instances d'énonciation suivantes l'illustrent. D'abord, un texte de présentation d'une émission de radio réalisée sur le thème de « Que nous réserve l'industrie musicale en 2010 ? » : « C'est une industrie en décroissance [...] L'animateur à Bande à part propose des solutions pour contrer cette crise de l'industrie du disque. 'Il va falloir que l'industrie accepte qu'elle a perdu et qu'elle change ses façons de faire.' » (SRC, 2009-2010). Puis, un article du quotidien *La Presse*, « L'industrie musicale en quête d'une identité », où sont cités les propos d'un acteur industriel dont l'entreprise est un leader mondial de la distribution électronique : « Comme tant d'observateurs allumés de l'industrie de la musique, Scott Cohen croit qu'il est devenu urgent de rajuster le tir [...] 'Ce rajustement se produira dans un avenir pas si lointain, car les CD poursuivront leur descente vertigineuse.' » (BRUNET, 2007a). Enfin cet article publié par *Le Devoir* au terme du Marché international du disque et de l'édition musicale (MIDEM) de 2009 qu'était appelée à commenter la directrice de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) : faisant référence aux différentes mesures combinées qui, selon la directrice générale, Solange Drouin, « permettront peut-être de sortir de cette crise » le journaliste enchaîne : « Mais il faudra y mettre les efforts. 'C'est le changement le plus fondamental qu'a connu cette industrie. Ce n'est pas un simple changement de support que l'on vit, alors qu'il suffisait de passer de A à B, et que ce n'était pas plus compliqué que ça. Aujourd'hui, c'est un changement de mentalité.' » (GUILLAUME-CÔTÉ, 2009a, p. B8).

Deux autres acceptions, moins négatives celles-là, ont été repérées dans les propos des intellectuels invités à commenter la « culture en crise » mais elles sont pour ainsi dire absentes du discours public sur « la musique en crise ». En effet, la « crise » n'y semble guère entendue comme un « phénomène normal » (BOUCHARD et ROY, *op. cit.*), comme quelque chose de cohérent et de conséquent avec une conception de la vie collective comme constituée de tensions, de conflits et de contradictions. Bien que la capacité du milieu à relever de façon créatrice et productive les défis qu'elle pose ne soit jamais mise en doute, la crise n'est pas pour autant abordée, non plus, comme un « 'vecteur de progrès' permettant la remise en question ou le remplacement d'un ordre devenu sclérosant » (*idem*). En fait, cette « crise » tend plutôt à être conçue comme un frein au développement,

un problème à régler d'autant plus urgemment que la survie même de « l'industrie » comme celle de ses acteurs serait en cause².

Les symptômes

À quoi reconnaît-on, dans cette situation ambiguë, qu'il y a nécessité, sinon urgence d'agir ? Pour conserver les couleurs de l'acception médicale décrite ci-dessus, quels sont les symptômes de cette « crise » ? Les avis sont unanimes quant au principal signe avant-coureur : la chute constante des ventes d'enregistrements sonores sur support physique, et plus particulièrement en format disque compact (CD) qui, si elle est observable au Québec depuis le début du nouveau millénaire, serait particulièrement criante depuis le milieu de la dernière décennie.

TABLEAU 1

Nombre d'enregistrements sonores vendus (en milliers d'unités) selon le type de produit, Québec, 2005 à 2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Albums - support physique ^a	12 726,4	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0
Albums numériques ^b	63,6	112,1	229,9	405,3	682,1
Pistes numériques téléchargées ^b	708,2	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 583,9

^aSont inclus les CD, les cassettes et les disques vinyles.

^bSont incluses les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Source : OCCQ à partir des données de Nielsen Soundscan inc. (FORTIER, 2010, p. 4).

Durant son allocation d'ouverture aux Rencontres québécoises de l'industrie de la musique de l'ADISQ (ci-après les Rencontres) en 2008, Solange Drouin expliquait que le Québec était « frappé de plein fouet » par la crise³ (ADISQ, 2008a). Entre 2004 et 2007, on aurait assisté à une chute de 12 % du nombre de CD vendus, dont le

2. Une des plus anciennes maisons de disques du Québec, GSI Musique, annonçait au début de 2009 être à la recherche d'un partenaire financier afin de pouvoir faire face à la baisse substantielle de ses revenus autrement qu'en laissant tomber les artistes qu'elle appuie et en faisant « passer à forfait » son personnel salarié régulier (DOYON, 2009, p. B8). Des acteurs de la distribution sont aussi sévèrement touchés. Après la faillite de FUSION III, en affaires depuis 25 ans, c'était au tour du second distributeur indépendant en importance au Québec, DEP, de fusionner avec « le géant » Universal et de réduire de près de 20 % ses effectifs (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009b, p. B10). Par ailleurs, au printemps 2010, le principal fabricant de CD et de DVD au Québec, Disque Amérik, se plaçait sous protection judiciaire et espérait éviter la faillite (VALLIÈRES, 2010).
3. Le Québec serait frappé par une crise d'envergure internationale. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFP), depuis le sommet de 2,45 milliards de CD vendus atteint en 2000, les ventes mondiales seraient en chute libre. Selon les données de 2007, le 1,5 milliard de CD transigés correspondrait au total des ventes enregistrées en 1993 – une régression de 15 ans (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009a, p.1).

volume passait pour la première fois sous le cap des 12 millions. Selon l’Observatoire de la culture et des communications (OCCQ), non seulement la tendance à la baisse s’intensifierait, mais on assisterait à une « accélération de cette décroissance : - 1,6 % en 2005, - 5,2 % en 2006 et - 5,3 % en 2007 » (CLOUTIER et FORTIER, 2008, p. 3). Sur la base des données condensées au tableau 1, on constate que le mouvement descendant s’accélérerait particulièrement à partir de 2006. Il connaîtrait sa baisse la plus forte (- 17,2 %) en 2008 (FORTIER, 2009), suivie de sa baisse la moins forte (- 0,5 %) l’année suivante (FORTIER, 2010). Cette diminution presque continue des ventes sur support physique (incluant CD, cassettes et vinyles) apparaîtrait d’autant plus désastreuse qu’elle ne serait pas compensée par la croissance pourtant significative des ventes d’enregistrements sonores en format numérique.

TABLEAU 2

Nombre d’enregistrements vendus (en milliers d’unités) selon le format 2007-2009, Québec, Canada, France, États-Unis

	Albums physiques			Albums numériques			Pistes numériques		
	2007	Variation		2007	Variation		2007	Variation	
	2008	2009	%	2008	2009	%	2008	2009	%
Québec	11 282	- 17,2		230	76,3		2 582	59,1	
	9 344	9 296	- 0,5	405	692	68,3	4 108	6 551	59,5
Canada	40 900	- 14,2		1 980	69,7		25 800	57,8	
	35 100	30 200	- 14,0	3 360	4 780	42,3	40 700	56 300	38,3
France	74 600	- 13,8		1 600	50,0		13 400	46,3	
	64 300	55 400	- 13,8	2 400	3 900	62,5	19 600	27 800	41,8
États-Unis	435 120	- 20,0		44 744	32,0		781 100	46,3	
	362 600	297 500	- 18,0	65 800	76 400	16,1	1 070 000	1 159 000	8,3

Sources : ADISQ, 2010b, p. 3 ; ADISQ, 2009a, p. 3. Les données proviennent de l’OCCQ pour le Québec ; de Nielsen Soundscan et de l’IFPI, pour le Canada ; de la SNEP, pour la France ; et de Nielsen Soundscan, pour les États-Unis.

Au cours des années 2005 à 2009, les albums musicaux numériques auraient connu une hausse annuelle moyenne de 80 %, dont une augmentation encore appréciable de 68,3 % entre 2008 et 2009. Au cours de la même période, les pistes numériques auraient connu une hausse moyenne similaire (75 %), effectuant un bond significatif de 59,5 % entre 2008 et 2009.

Comme le faisait remarquer l’ADISQ dans sa *Revue d’activités* de 2008-2009 et dans celle de 2009-2010, les tendances générales observables au Québec (des ventes d’enregistrements en baisse en format physique et en hausse en format numérique⁴) s’apparenteraient

4. Comme le faisait déjà remarquer le journaliste Alain Brunet, « les ventes de musique en ligne pourraient être gonflées par les bénéfices de la téléphonie mobile » (BRUNET, 2007), tout particulièrement par les sonneries personnalisées qui, en 2005, représentaient plus des deux tiers de la musique vendue légalement sur Internet.

à celles prévalant tant dans le reste du Canada qu'en France et aux États-Unis. Toutefois, faut-il ajouter, des particularités ressortent aussi de ces comparaisons. Comme l'indique le tableau 2, entre 2007 et 2008, c'est aux États-Unis que la baisse des ventes d'albums physiques aurait été la plus forte et en France, la plus faible. C'est toutefois au Québec que les ventes d'albums numériques auraient connu la hausse la plus importante, suivi de près par le reste du Canada. C'est aussi dans ces deux mêmes lieux que les hausses des ventes de pistes numériques (des pièces musicales vendues à l'unité) les plus significatives auraient été observées. Entre 2008 et 2009, alors que le reste du Canada, la France et les États-Unis connaissaient des chutes similaires à celles vécues l'année précédente, au Québec les ventes d'albums physiques diminuaient mais beaucoup plus modérément. Les États-Unis auraient non seulement été le marché où les ventes d'albums numériques auraient augmenté le moins, mais la croissance y aurait aussi perdu près de la moitié de son intensité par rapport à 2007-2008. Des augmentations à ce chapitre étaient observées au Québec et au Canada mais la croissance y décelerait légèrement. C'est uniquement en France que la hausse des ventes d'albums numériques se serait intensifiée. Quant aux ventes de pistes numériques, elles seraient demeurées en hausse mais leur croissance, relativement stable au Québec, a clairement déceléré, notamment au Canada et aux États-Unis.

Au final, précise l'ADISQ en se basant sur les données publiées par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), au cours des dernières années, en dépit de cette croissance du numérique, la valeur totale des ventes au détail d'enregistrements sonores, tous supports confondus, serait clairement en baisse, au Québec comme ailleurs au monde. À l'échelle mondiale, cette valeur serait passée de 27,8 milliards (\$US) en 2008 à 25,4 milliards (\$US) en 2009, ce qui représenterait des baisses consécutives de 6,9 % et 8,6 % (ADISQ, 2010b). Des baisses substantielles de 7,5 % auraient aussi été enregistrées deux années consécutives dans l'ensemble du Canada où la valeur des ventes qui atteignait 643 millions (\$Can) en 2008 totalisait 594 millions (\$Can) en 2009. C'est que nonobstant leur rapide expansion sur les marchés, les produits numériques ne représenteraient encore qu'un faible pourcentage des revenus générés par la musique enregistrée. Ainsi, en 2009, ils comptaient pour 7 % des revenus au Québec, 18 % au Canada et 38 % aux États-Unis (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009a). Pour l'association représentant les entreprises du secteur comme pour de nombreux économistes et analystes musicaux, les enregistrements vendus en format numérique seraient néanmoins appelés à devenir une source de revenu de plus en plus importante. Ils devraient supplanter d'ici peu les revenus générés par la vente de produits physiques, s'apparenter aux revenus générés par les produits dérivés – une autre importante source de profits – et ce, devancés non pas par les droits d'auteur mais bien par les droits voisins, c'est-à-dire les droits de reproduction et de performance.

Les responsables

Quels troubles ou situation problématique ces symptômes révéleraient-ils ? Qu'est-ce qui serait responsable de la « crise » ? Si l'on semble s'entendre sur le fait qu'« [il] n'y a pas de solution simple à un problème complexe » (DOYON, 2010), deux des principaux responsables de la « crise » sont explicitement pointés du doigt comme ayant, chacun à leur manière, induit une différence dans le cours jusqu'alors « normal » des choses. Il s'agit d'une part de ces pratiques qui sont qualifiées de « piratage » et, d'autre part, d'un type de fichier numérique distinct par le format de compression des données sonores ou musicales auquel il recourt, le MP3.

Comme le précise Lee MARSHALL (2004), « le mot 'piratage' est un terme parapluie qui recouvre une grande variété d'activités, incluant la contrefaçon, le piratage, l'enregistrement clandestin de spectacles, la copie maison, l'échange de cassettes et le partage de fichiers en ligne » (traduction – p. 163). Toutefois, dans les milieux artistiques, industriels, journalistiques et médiatiques locaux, il est devenu d'usage courant de recourir à ce terme pour désigner presque exclusivement le téléchargement sur Internet et, plus spécifiquement encore, l'échange pair-à-pair ou P2P, « un mode d'échange de fichiers numériques entre internautes, sans contreparties pécuniaires » (TÉTU, 2010, p. 2), la plupart du temps sans autorisation des ayants droit. Depuis l'avènement de logiciels comme Napster d'abord, puis ses émules, Kazaa, Limewire et BitTorrent, pour ne citer que les plus populaires, le « piratage » aurait conduit à la création de ce que le journaliste français Emmanuel Torregano nomme une « bourse mondiale de transactions gratuites » (TORREGANO, 2010, p. 13). C'est une pratique qui, en un peu plus de dix ans, a connu un développement fulgurant, au point où les fichiers musicaux téléchargés représenteraient en 2010 « le tiers du flux des contenus en circulation sur Internet » (BRUNET, 2010b, p. A5) et que 95 % des 40 millions de téléchargements effectués dans le monde seraient non autorisés (Aarkstore Enterprise, 2009). Si elle a déjà été considérée comme l'apanage d'une poignée de jeunes technophiles, des études récentes (SCHMOUKER, 2010 ; MORRISSETTE, 2009) indiquent que les rangs des « pirates » ont singulièrement grossi et qu'ils ont vieilli. Elles estiment en effet à un cinquième la portion de la population du Québec qui s'adonnerait à cette activité et une observation directe d'un site québécois réalisée pour le compte de l'OCCQ établissait que plus des deux tiers des usagers avaient entre 20 et 39 ans (TÉTU, 2010).

« En 20 ans, la situation de l'industrie de la musique a beaucoup changé en raison du piratage. » (SRC, 2007). « Le piratage tue le disque et nuit aux artistes. » (DROLET, 2006, p. A7). À la télévision nationale comme dans les différents quotidiens de la province, de tels énoncés abondent. Bien que ce lien n'ait jamais été démontré, ils tendent à postuler l'existence d'une corrélation directe entre la baisse des ventes d'enregistrements sonores et l'intensité des téléchargements non autorisés⁵. Fléau, nuisance ou encore mal à enrayer, le « piratage » serait tout à la fois illégal et immoral. D'une part, comme le suggère l'intitulé « Téléchargements. L'illégalité reste la norme au Québec. » (MORRISSETTE, 2009), la perception d'illégalité prévaut largement et ce, même si le document officiel qui ferait en sorte que le piratage enfrenne bel et bien le droit d'auteur et le rende donc proprement illégal

5. Comme le précisent TÉTU et BELLAVANCE (2009), nombreuses et diversifiées sont les répercussions des échanges P2P – de la formation de communautés virtuelles axées sur les affinités musicales, à l'évolution de la législation en matière de droits d'auteur, en passant par la création de l'infrastructure techno-industrielle de la nouvelle économie du numérique et, bien entendu la transformation des pratiques de consommation culturelle. Toutefois, « la relation directe de cause à effet entre volumes d'échanges de musique en P2P et diminution des ventes de musique enregistrée », qui s'avère fort difficile à mesurer, n'a jamais été démontrée de manière empirique » (2009, p. 1). Bien qu'il n'existe aucun consensus clair, la majorité des études concluent à un impact négatif. Voir ZENTNER (2006) et BOURREAU et LABARTHE-PIOL (2004) pour une discussion des premières études à ce sujet.

au Canada, n'existe pour le moment qu'à l'état de projet de loi⁶. Il n'empêche que, dans l'ordre du discours actuel, se demander « [Mais] pourquoi on se sent moins coupable de voler de la musique sur Internet que de voler un disque au magasin. Le geste est pourtant le même, non ? » en suggérant que « Nous sommes tous des voleurs » (LANGÉVIN, 2008), c'est être « dans le vrai » (FOUCAULT, 1980)⁷. D'autre part, malgré que cela soit devenu relativement banal, « pirater de la musique » signifierait commettre un acte non seulement illicite mais aussi immoral. Chacune et chacun aurait la responsabilité morale de ne pas s'adonner au téléchargement non autorisé puisque cette activité priverait les artistes de l'usufruit de leur création et, ce faisant, à terme, tuerait la diversité qui ferait la richesse du paysage musical.

[Mais] rares sont ceux qui peuvent se vanter de n'avoir jamais consommé de la musique illégalement. Tout le monde a une bonne raison de télécharger des fichiers de musique sur Internet : « Ça me fait découvrir des artistes et je vais acheter le disque si j'aime ça », « je ne télécharge que les artistes qui sont morts », « les compagnies de disques font trop d'argent », « les disques compacts ne valent pas leur pesant d'or ». Le téléchargement illégal de musique sur Internet est-il le nouveau défi moral du 21^e siècle ? (GAUDREAU, 2006, p. 3).

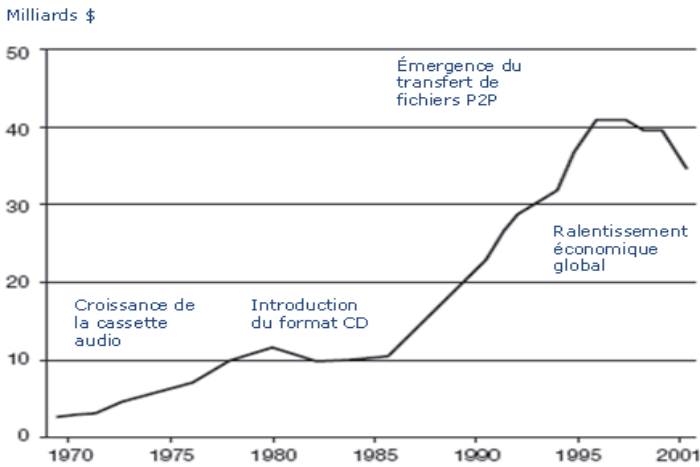
Jusqu'ici, la culture de la gratuité a rapporté gros à beaucoup de consommateurs et même à une économie parallèle sur Internet. Mais si les cœurs de pirates assassinent des artistes en les privant de revenus, on mettra quoi dans nos oreilles, sinon quelques tubes planétaires et une tonne de nostalgie ? (LESAGE, 2006).

Si « le nerf de la guerre, c'est le piratage » (*idem*), ce dernier serait en quelque sorte le produit dérivé non désiré de la dématérialisation (la séparation de l'information et du support physique) qui, comme l'affirmait le producteur musical et président de l'ADISQ, Claude Larrivé, représenterait « le défi principal de notre industrie » (BRUNET, 2008, p. A10) – faisant d'ailleurs de la musique un laboratoire privilégié pour tous les contenus culturels susceptibles d'être numérisés. Ce processus est tributaire de l'avènement des technologies numériques, plus spécifiquement, du MP3. S'il a eu des retombées positives sur l'accessibilité à moindre coût aux moyens de production, de diffusion et de distribution des pièces ainsi que sur les fusions et échanges créatifs qu'elles auraient engendrées, le MP3 aurait « également ouvert grandes les portes de la reproduction des contenus numérisés, véhiculés par Internet » (BRUNET, 2003a, p. 16). Alain Brunet l'arguait déjà en 2003 dans son livre *Le disque ne tourne pas rond* : « Le format de compression MP3 permet ainsi à des dizaines de millions d'amateurs de musique d'échanger quotidiennement leurs musiques préférées, très souvent au détriment des créateurs et de leurs équipes. En conséquence, l'industrie de la musique est ébranlée et secouée de toutes parts. » (BRUNET, 2003, p. 16a).

-
6. Il s'agit du projet de loi fédéral C-32 « visant à actualiser le droit d'auteur au Canada » (BRUNET, 2010a), rendu public le 2 juin 2010. Comme le rappelle Tétu, au Canada « il n'existe pas de jugement de cour ayant établi l'illégalité du téléchargement P2P d'œuvres protégées par copyright » (TÉTU, 2010, note 11, p. 5).
7. Foucault recourt à cette expression pour distinguer l'acceptabilité et la prédication du vrai : on peut être « dans le vrai » sans dire vrai et dire vrai sans être « dans le vrai ».

FIGURE 1

Ventes mondiales d'enregistrements sonores (1970-2001) et supports de vente



Source : (traduction) SANGHERA (2001) dans : LEYSHON *et al.* (2005), p. 178.

Une responsabilité à tout le moins partielle de la « crise » est donc attribuée au MP3 qui, paradoxalement, aurait certes contribué au déclin de « l'industrie de la musique » mais aurait aussi été à l'origine de ce que, *a posteriori*, sera peut-être considéré comme son « âge d'or ». Considérons la figure 1 qui illustre le parallèle que LEYSHON *et al.* (2005) établissent entre les ventes d'enregistrements sonores à l'échelle mondiale entre 1970 et 2001 (année à laquelle s'amorcerait la « crise » actuelle) et les supports sur lesquels les produits musicaux étaient mis en marché et écoutés. Elle indique que les ventes mondiales traversèrent une période de croissance au cours des années 1970 alors que la cassette audio dominait les marchés et que les transnationales de la musique (*majors*) décriaient les dangers du « piratage » de l'heure – les *mix-tapes*, ces mélanges maison qui, dans certains marchés, étaient plus nombreux que les cassettes originales. On constate aussi qu'après une récession économique qui diminua sérieusement le volume des ventes et conduisit les maisons de disques à revoir leurs stratégies de production et de distribution, les ventes avaient carrément explosé à compter du milieu des années 1980. Pendant près de dix années, les enregistrements sonores sur support CD ont été la manne des *majors* comme des plus petites maisons de disques œuvrant surtout à l'échelle locale, au Québec notamment. Outre le téléchargement non autorisé qui débutait au tournant du siècle, le « piratage » le plus craint était alors la copie des œuvres rendue possible par les graveurs des ordinateurs personnels – une copie qui, contrairement à celle réalisée sur une cassette, n'altère pas la « qualité » du produit sonore. Ce n'est qu'avec l'important ralentissement économique qui sévit à l'échelle mondiale à compter des années 1995-1996 et la multiplication des sites de téléchargement gratuit à laquelle on assiste avant le tournant du millénaire que s'amorça le déclin annonciateur de la présente « crise ». Au Québec, s'étaient

vendues 18,1 millions d'unités en 1995 (BRUNET, 2003a, p. 162) et cela représente un sommet encore inégalé.

Les actions/réactions

Que faire, face à une « crise » d'envergure internationale et à du « piratage » omniprésent au point où l'UNESCO a jugé bon de créer un Observatoire mondial de lutte contre la piraterie et l'omniprésence du « piratage » ? Au sein des milieux industriels, les principales actions ou réactions mises en œuvre pour tenter sinon d'endiguer la « crise », à tout le moins d'en atténuer les effets, ont consisté à sensibiliser la population, à recourir à la justice et à créer de nouvelles initiatives commerciales.

Au nombre des premières mesures prises par les entreprises transnationales comme Universal, Sony-BMG ou Warner figurait le recours aux verrous informatiques (DRM - *digital rights management*) destinés à empêcher la copie des CD ou à en limiter le nombre. Cette mesure qui a été progressivement abandonnée à compter de 2007-2008 ne s'est toutefois jamais avérée particulièrement populaire au Québec où les producteurs comme les diffuseurs ont opté, d'abord et avant tout, pour une approche aux visées éducatives, pédagogiques. Ainsi, en 2003, les entreprises Quebecor, propriétaires de la chaîne de magasins Archambault, du principal distributeur Sélect et de la maison de production Quebecor média, partaient « en guerre contre le piratage » (BRUNET, 2003b, p. B8). Elles lançaient une campagne « anti-piratage » comportant un double volet imprimé (mettant à profit toutes les publications du groupe dont le *Journal de Montréal*, le *Journal de Québec* et les magazines de grande diffusion comme *7 Jours*) et audiovisuel (consistant en une série de messages courts enregistrés par différents artistes parmi les plus populaires du moment). Son slogan : « *Le piratage nuit aux artisans. Achetez la musique* ». L'année suivante, c'était au tour de Astral Média d'entrer dans « la lutte au piratage », une première, affirmait-on, dans le domaine de la radiodiffusion canadienne (BRUNET, 2004). Sous le thème « Le piratage coupe le souffle des créateurs » l'entreprise orchestrait une campagne parrainée par le renommé parolier Luc Plamondon, fervent défenseur des droits des auteurs-compositeurs, cofondateur de la Société des auteurs-compositeurs du Québec (SACQ) : « les paroles choisies de cinq de ses plus belles chansons servent d'entrée en matière à des messages destinés à sensibiliser les auditeurs » des ondes des seize stations de radio de l'entreprise « aux problèmes et aux conséquences du piratage » (BÉLISLE, 2004). Toujours en 2004, l'ADISQ donnait le coup d'envoi à une initiative publicitaire destinée à sensibiliser les Québécois et Québécoises aux méfaits du « piratage » et aux effets néfastes de la « culture fallacieuse de la gratuité » (ADISQ, 2003, p. 5) qui la sous-tend. Reprise annuellement depuis, cette vaste campagne s'effectue sous le thème « Quand on aime la musique pour vrai, la copie non merci » que l'on retrouve autant sur des panneaux d'affichage publics que sur de petits autocollants ou des encarts imprimés. Jusqu'à présent, ses deux principaux véhicules ont été « Merci pour la chanson ! », une compilation annuelle sur support CD des chansons d'artistes mis en nomination à l'ADISQ, offerte gratuitement à l'achat d'un disque d'un artiste québécois pendant la période entourant la présentation du Gala des Prix Félix, et la boîte-cadeau pour CD décorée de cœurs, distribuée dans les mêmes conditions chez les disquaires aux alentours de la Saint-Valentin – « une façon 'originale' et 'positive' de valoriser la musique », soutient l'organisme (VIGNEAULT, 2004, p. A7).

Parallèlement à ces initiatives mariant éducation et conviction, des mesures légales misant sur la répression ont aussi vu le jour. Contrairement à ce qui se passe aux États-Unis, en Angleterre ou en France, l'ADISQ et son homologue canadien, la CRIA, n'ont pas encouragé ou entamé elles-mêmes quelque poursuite judiciaire contre des individus s'adonnant à des activités de « piratage »⁸. Elles ont préféré cibler les entreprises « pirates », décidant de « s'en prendre à ceux qui tirent des revenus de l'exploitation commerciale des produits de façon illégale, pas aux usagers », comme le rappelait madame Drouin (BOURGAULT-CÔTÉ, 2009d). C'est ainsi que, conjointement, l'ADISQ, la Fédération des producteurs de films et de télévision du Québec (FPFTQ) et des producteurs musicaux ont eu recours aux tribunaux, exigeant la fermeture de QuébecTorrent.com, un site à partir duquel étaient téléchargés sans autorisation des contenus musicaux québécois. Après un an de batailles juridiques, la Cour supérieure ordonnait à l'entreprise, par voie d'injonction permanente, de mettre un terme définitif à ses actions – une « première ordonnance du genre à être rendue au Québec contre un site de piratage utilisant le protocole P2P ou BitTorrent » (PÉLOQUIN, 2008, p. 17).

Par ailleurs, dans la foulée du travail de lobby qui fait partie du mandat de l'ADISQ, des représentations politiques ont été faites auprès du Conseil de la radio et de la télévision canadienne (CRTC) en faveur de l'adoption d'un cadre réglementaire qui, à l'instar de celui qui prévaut dans l'univers de la radiodiffusion, permettrait de réglementer les nouveaux médias. Dans un mémoire présenté en 2009, l'organisme préconisait la mise en place de mesures qui auraient obligé les fournisseurs d'accès Internet soit d'assurer un certain pourcentage de contenu canadien, soit de transférer une part de leurs revenus aux producteurs de contenus. La réglementation de l'Internet divise nombre de milieux d'affaires culturelles et musicales et le Québec ne fait pas exception. La position défendue par l'ADISQ n'a pas fait l'unanimité, y inclus dans ses propres rangs. En effet, elle a été loin de plaire à l'un de ses membres les plus influents, Quebecor, maison-mère qui, en plus d'être propriétaire du Groupe Archambault et de Quebecor média, possède aussi Vidéotron, l'un des deux principaux fournisseurs de service au Québec. Le différend a fait des vagues au sein du conseil d'administration de l'organisme (BRUNET, 2009b) dont les représentants de Quebecor ont claqué la porte au printemps 2009. Dans des déclarations publiques non-équivoques, ces derniers jugeaient « dépassée » la vision « protectionniste » (BRUNET, 2009a, p. A16) de l'association, considérant que toute forme de réglementation d'Internet constituait un frein au développement de l'économie numérique.

Pour certains entrepreneurs, sortir de la « crise » ou s'en sortir malgré la « crise » signifiait prendre les moyens pour participer pleinement à cette économie musicale numérique en train de se définir et ce, même si la rentabilité des initiatives commerciales « nouveau genre » était (et demeure) loin d'être assurée. Dès 2003-2004, des services en ligne ont été implantés pour desservir les internautes du Canada. Parmi ceux-ci, Pure

8. Comme le révélait *Le Devoir*, la Gendarmerie royale du Canada (GRC) ne fait pas non plus du « petit » une cible prioritaire : « Le piratage [de musique par l'entremise d'Internet ou d'autres médias] pour usage personnel n'est plus ciblé », a indiqué en entrevue Noël St-Hilaire, responsable des enquêtes fédérales et des questions de vol de droits d'auteur pour la GRC. 'Aujourd'hui, c'est tellement simple de copier. Tout le monde est pris au dépourvu et on ne sait pas comment arrêter ça.' » (DEGLISE, 2007).

Tracks (2003) de Moontaxi Media Inc. avec lequel Astral Média établissait un partenariat pour mettre sur pied Palmarès.ca (2006) ; Archambaultzik (2004), propriété de Quebecor ; Napster (2004) dont Roxio Inc. proposait une version légale ; et, le géant, iTunes (2004), chef de file de la vente en ligne pour Apple Computers Inc. (SUTHERLAND et STRAW, 2007). Cohérent avec la culture de la liste de lecture (*playlist*) qui, sans être nouvelle, médiatise une part significative de la consommation musicale (LELOUP, non daté), ont aussi fait leur apparition des plateformes de diffusion en flux (*streaming*), du type MusicMe (site français), des sites légaux d'écoute gratuite et, dans certains cas, de téléchargement en forfait illimité. Dans la même veine, différents postes d'écoute Internet ont vu le jour à l'initiative, par exemple, de stations de radio (dont Rythme FM), des maisons de disques (dont Analekta et La Tribu), d'entreprises de diffusion/distribution (comme Canoe mais aussi le site web des employés en lock-out du *Journal de Montréal*, rue Frontenac). Il faut souligner la création, en 2004, d'un de ces diffuseurs en ligne consacrés exclusivement à la musique québécoise ; il s'agit de Poste d'écoute.ca qui, comme l'indique son slogan « Futé, j'écoute avant d'acheter », veut faire découvrir l'un ou l'autre des deux mille albums québécois dont il propose l'écoute gratuite d'extraits complets pour en encourager l'achat. Enfin, l'une des initiatives en pleine expansion est l'avènement des services de radio satellites et Internet opérant sur la base de souscriptions. Interdit d'accès au Canada en raison des règles du CRTC concernant le contenu canadien sur les ondes, l'acteur principal de ce secteur, aux États-Unis du moins, est sans contredit Pandora. Depuis 2000, l'entreprise offre aux abonnés les services d'une station de radio personnalisée qui, grâce à la plateforme « Projet du génome musical » (Music Genome Project, MGM) « qui combine la puissance de la musicologie et celle de la technologie pour connecter les artistes aux auditeurs les plus susceptibles d'aimer leur musique » (ADISQ, 2010a, p. 13).

« FAIRE PENSER »

Dans ce deuxième et dernier moment de l'analyse, mon regard se tourne vers ce qui se joue actuellement dans le domaine musical au Québec et la « crise » qui l'informe. Que dit-on en disant la « crise » comme on le fait ? Qu'est-il en train de se passer dans et par cette « crise » ? En d'autres termes, à quoi la « crise » peut-elle « faire penser » – entendu que l'expression permet « à la fois de souligner une ressemblance, d'introduire une digression sur le mode de l'enchaînement libre et de marquer, parfois, la naissance d'une idée » (ARTIÈRES et POTTE-BONNEVILLE, 2007, p. 24).

Mise à l'épreuve de l'hégémonie du disque : la « crise » de quoi ?

« Le constat de base statuant que l'industrie musicale va mal ne fait plus de doute dans la tête de personne. » (BOURGAULT- CÔTÉ, 2009e, p. B2). À l'instar de tant d'autres cités dans les pages précédentes, ces propos de la directrice générale de l'ADISQ font de « l'industrie musicale » – aussi appelée « l'industrie de la musique » – à la fois l'acteur collectif aux prises avec la « crise » et l'espace où cette dernière se déploie. Qu'est désigné ainsi ? La question mérite d'autant plus d'être posée que ni l'unicité ni la stabilité apparente du référent n'est évidente.

La « crise » se présente inévitablement sous les traits de la faillite ou de la déchéance relative du disque dont les rendements décroissants sur les marchés inquiètent très sérieusement les intervenants du domaine. Dans ce contexte, parler de « crise du disque » paraît justifié mais recourir de manière indifférenciée aux expressions « crise de l'industrie musicale » et « crise du disque » comme cela s'observe régulièrement dans le discours public, l'est-il tout autant ? Le raccourci est peut-être bien commode mais la métonymie qui l'informe est lourde de conséquences. D'une part, l'hétérogénéité des acteurs, des expertises, des pratiques et des intérêts pas nécessairement convergents des multiples agents industriels liés à la musique – qu'il s'agisse de l'enregistrement, de l'édition, du spectacle sur scène, de la radio – et de la télédiffusion, d'industries créatives telle que la photographie, le design web et la vidéographie, ou d'un ensemble de secteurs « auxiliaires » allant de la gérance, aux relations de presse en passant par le droit spécialisé, par exemple – est invisibilisée. Comme l'expliquent Martin Cloonan et John Williamson : « Il n'y a pas une chose telle que l'industrie de la musique [...] Il y a plutôt des industries reliées à la musique qui ont certains intérêts communs. L'enregistrement occupe une place centrale mais c'est une erreur de considérer que l'industrie du disque est l'industrie de la musique. » (traduction – WILLIAMSON et CLOONAN, 2007, p. 308). D'autre part, se trouvent laissés dans l'ombre les dynamiques et les enjeux singuliers des industries contemporaines de la musique au sein desquelles est mise à l'épreuve l'hégémonie de l'industrie de l'enregistrement sonore qu'a rendue possible la prédominance d'un mode de communication musical (FRITH, 1985) dont le disque constitue la pierre angulaire, aux plans économique, esthétique, social et culturel. Depuis 1930-1940, le disque constitue en effet non seulement la forme matérielle par excellence en fonction de laquelle, jusqu'à tout récemment du moins, les enregistrements musicaux ont été conçus, produits et transigés sur les marchés commerciaux. Il est aussi le médium à travers lequel la musique est connue, écoutée, appréciée. Disque veut dire musique et vice-versa. Formulant une thèse qui vaut au-delà du seul domaine populaire en regard duquel elle a été étayée, Frith considère que dans les sociétés nord-occidentales, le disque représente plus qu'une technologie (l'enregistrement sonore digital) et une marchandise (vinyle, cassette ou CD) particulières : « La musique du vingtième siècle signifie le disque populaire du vingtième siècle [...] [P]as l'enregistrement de quelque chose (une chanson ? un chanteur ? une performance ?) qui existe indépendamment de l'industrie musicale, mais une forme de communication qui détermine quelles chansons, quels chanteurs, quelles performances sont et peuvent être. » (traduction – FRITH, 1985, p. 54).

Une remise en cause du disque comme pivot à la fois du modèle d'affaires qui régit la mise en marché des produits musicaux et, plus largement, du modèle communicationnel qui informe la mise en société même de la musique semble amorcée. Le suggèrent les constats que font certains intervenants du milieu : cet ancien président de l'ADISQ, Pierre Rodrigue, alors vice-président de Sélect distribution, qui affirmait : « Nous sommes au début de cette profonde transformation qui consiste à vendre de la musique plutôt que de vendre des disques » (BRUNET, 2002, p. D6) ; cet avocat étatsunien qui, étant invité dans le cadre des Rencontres 2008, avait intitulé sa conférence : « L'industrie du disque est morte... Longue vie à l'industrie de la musique » (traduction – RESNICK, 2008) ; ou le président de l'ADISQ, Claude Larrivée qui, dans un atelier des Rencontres 2010, rappelait qu'il y avait lieu de se réjouir étant donné que la musique, elle, se porte bien, qu'il ne

s'en est jamais écouté autant dans le monde⁹. De tels propos ne font pas que réitérer la mort maintes fois annoncée du CD ou de la musique sous format physique. Ils invitent à prendre en compte la diversité des modes sous lesquels la musique est effectivement créée, produite et diffusée, de même qu'à reconnaître, pourrait-on ajouter, le brouillage des frontières des industries qui les rendent possibles.

En effet, la contestation de l'hégémonie du disque et de l'industrie de l'enregistrement sonore n'est pas induite que par la dématérialisation à laquelle concourt la numérisation des œuvres. Au Québec, elle est aussi l'effet combiné, non planifié et non nécessaire, de pratiques et de produits qui, chacun à leur manière, confrontent le *modus operandi* ou les prémisses de cette communication musicale basée sur le disque. Par exemple, le double primat du matériel original et de la nouveauté comme moteurs du développement culturel et économique de la musique locale se trouve de quelque manière remis en question par le retour en force des reprises (*cover*) et des remixages (*remix*) devenus pour plusieurs, y inclus les artistes de renom, matières à diverses formes de compilations (grands succès, hommage, duos, etc.) – lesquelles se hissent dans les positions de tête des palmarès de vente (FORTIER, 2010). Ces phénomènes participent d'ailleurs à l'essor fulgurant d'un lucratif « supermarché du divertissement » (HONAN, 2006) où s'entrecroisent théâtre, télévision, comédies musicales, cinéma et diverses autres formes de spectacle vivant. L'exemple est Star Académie (émission de télévision très populaire, CD et DVD parmi les plus gros vendeurs au Québec, vedettes qui font la une des magazines artistiques, tournées de spectacles à guichet fermé) qui, depuis ses débuts, agit comme l'une des principales locomotives des industries liées à la musique au Québec (MARTIN et GRENIER, 2005). La subordination de la scène au disque dont elle n'a souvent constitué qu'un simple outil de promotion cesse aussi d'être automatiquement la règle. Le fait que plusieurs artistes et entreprises, mus par une volonté commune de multiplier les sources de revenus, optent pour des contrats dits « à 360 degrés » (qui intègrent la production et l'édition de disques, la réalisation et la promotion de tournées ainsi que la gestion des produits dérivés) témoigne de cette tendance. De plus, l'idée selon laquelle la musique est nécessairement à l'avant-plan de tous les événements ou produits à composante musicale se trouve remise en cause par la reconnaissance accrue dont jouissent les artistes qui font de la musique pour le cinéma, la télévision, le théâtre ou qui offrent des spectacles corporatifs (jouent pour un auditoire composé d'employés, d'actionnaires ou d'invités réunis pour une occasion particulière par un organisme ou une entreprise qui en défraie les coûts). Enfin, comme l'illustre le nombre croissant d'entreprises produisant ou mettant en marché des sonneries téléphoniques, des trames musicales de jeux vidéo, des médias sociaux ou d'autres environnements sonores ambiants, le modèle de l'agent industriel qui, au même titre que les artistes créateurs, travaille d'abord et avant tout par amour de la musique entendue comme forme d'expression artistique ou culturelle, n'est plus le seul à prévaloir. Plusieurs des « nouveaux joueurs » industriels (services de téléphonie, fournisseurs de service Internet, entreprises touristiques et patrimoniales, par exemple) n'abordent pas la musique comme une fin en soi mais un véhicule commercial, voire un produit d'appoint pour vendre autre chose et autrement.

9. Notes personnelles d'observation, Montréal, 15 juin 2010.

Effectivité de la crise comme principe structurant : encore une autre ?

De l'avis général, la « crise » qui sévit actuellement, au Québec comme ailleurs dans le monde, n'est pas la première qu'affronte ladite industrie de la musique. « Dans le passé, les changements technologiques (apparition de la radio, du 33 tours ou de la cassette) ont souvent remis en question l'organisation de l'industrie, provoquant l'entrée de nouveaux acteurs ou la modification des modèles d'affaires. » (BOURREAU et LABARTHE-PIOL, 2004, p. 18).

Au Québec, la première de ces remises en question, qu'accentuaient tant une sévère récession économique qu'un climat politique plutôt trouble, aurait pris racine à la fin des années 1970. En fait, comme le montrait une précédente analyse (GRENIER, 1993), l'ensemble structuré d'agents industriels sous contrôle économique et politique québécois qui allait devenir « l'industrie musicale » locale voit le jour dans ce contexte. Émergent en effet du processus de sortie de cette « crise » fondatrice les piliers industriels d'aujourd'hui : des maisons de disque et des distributeurs indépendants dont certains (Audiogramme et Sélect, notamment) deviendront des géants locaux ; des programmes gouvernementaux de soutien, de financement et de réglementation (MusicAction, quotas de musique vocale de langue française à la radio, par exemple) qui allaient favoriser l'essor des entreprises québécoises ; un front commun entre deux factions idéologiquement et esthétiquement antinomiques que les menaces économiques communes ont conduit à s'allier par devers leurs différends et que résume en les simplifiant l'opposition entre les interprètes pop d'un côté et les auteurs-compositeurs-interprètes chansonniers de l'autre et, enfin, l'ADISQ, cette association professionnelle qui, d'organisatrice d'un gala annuel destiné à offrir un plus grand rayonnement à « la musique d'ici », ses artistes et artisans, représente désormais aussi l'un des plus puissants organismes culturels de lobby politique dont le champ d'action inclut tant le Québec que la Francophonie et d'autres instances supra – ou transnationales de gouvernance.

Selon l'analyste à la SODEC, Marc Ménard, l'autre moment de remise en question coïnciderait avec le début, en 1991, d'une nouvelle récession qui diminue la capacité de dépenser des ménages, surtout pour s'offrir le « luxe » de nouveaux disques.

L'engouement pour le CD, qui a maintenant près de 10 ans, s'estompe. Et la majorité des consommateurs ont fini de renouveler leur discothèque et de remplacer par des CD les vieux vinyles de leurs artistes préférés. Le contenu commence aussi à s'essouffler [...] Pas de grandes tendances musicales rassembleuses, et, en parallèle, un éclatement des genres comme le hip-hop, le techno, le ska-punk, le rap etc. Rien de bon pour le gros volume, qui reste la seule façon pour les maisons de disques de gagner beaucoup d'argent. (NOËL, 2004).

Tout cela aurait laissé les acteurs industriels, producteurs et distributeurs notamment, dans une bien mauvaise posture. Malgré la reprise économique, « l'industrie » aurait « laissé passer sa chance » (NOËL, 2004) en ne réagissant pas assez vite à l'arrivée massive du MP3 et du téléchargement non autorisé... et la voilà à nouveau plongée dans une « crise ».

Que penser du fait que, mise à part un court mais intense « âge d'or du disque » (NOËL, 2004) vers la fin des années 1980, les industries locales liées à la musique auraient été sous l'effet d'une « crise » ou une autre depuis leur émergence, il y a environ trente ans ? Que penser du fait que malgré cette situation critique, d'intensité variable certes mais quasi perpétuelle, être en « crise » n'apparaît pas « normal » dans le milieu mais conserve plutôt, d'un épisode à un autre, son caractère événementiel ? Je formule l'hypothèse que la « crise » a non seulement été l'une des conditions d'émergence des industries musicales québécoises mais aussi que l'effectivité de sa fragilité cosubstantive en fait aussi l'une des conditions de possibilité de l'industrialisation endogène en musique au Québec. En d'autres termes, la « crise » n'est pas qu'un simple élément de contexte perturbateur, extérieur à ce qu'il affecte, mais plutôt un principe immanent structurant les différentes actions et interventions (politiques, notamment) par lesquelles perdure, en se transformant, l'assemblage singulier que désigne l'expression « l'industrie québécoise de la musique ».

Souhaitant la bienvenue aux participants à la quinzième édition des Rencontres, en juin 2010, la directrice générale de l'ADISQ affirmait « notre industrie traverse un passage houleux mais sa ténacité légendaire combinée à celle du public (j'y reviendrai) autorisait à rester optimiste : nos bases sont toujours solides, quoique fragiles »¹⁰. Ces propos suggèrent que, ayant relevé maints défis, « l'industrie » pouvait certes s'appuyer sur ses acquis, « solides », mais ne pouvait baisser les bras, suggérait-on, puisque la « crise » qu'elle traverse actuellement accentuerait d'autant sa vulnérabilité qu'elle en exacerberait ses fragilités historiques – qu'elles soient associées à la petitesse du marché local, au sous-financement chronique des entreprises, au caractère minoritaire du français sur un échiquier musical mondial encore largement dominé par l'anglais, pour ne nommer que quelques-uns. Face aux importants acquis à protéger ainsi qu'aux défis additionnels à surmonter, il y aurait d'ailleurs « urgence d'agir », comme l'affirmait l'ADISQ depuis quelque temps déjà.

En effet, alors que la campagne électorale provinciale de 2007 battait son plein, l'organisme demandait publiquement aux partis politiques « de se prononcer sur l'avenir du milieu de la musique au Québec » (ADISQ, 2007a). Devant les défis posés par l'économie numérique en formation, il y avait, affirmait-on, « urgence d'agir » pour permettre à la « musique d'ici » de poursuivre son développement tout en assurant que le Québec puisse continuer à assumer son rôle de leader mondial en matière de défense et de promotion de la diversité des expressions culturelles, localement comme à l'étranger.

L'industrie québécoise de la musique est unique dans le monde. Elle est l'un des segments les plus dynamiques de l'expression culturelle québécoise, ici et à l'étranger. Elle a créé un star system local sans égal ailleurs. Elle repose sur des entreprises indépendantes d'ici. Et elle est, aussi et surtout, à un tournant de son histoire. Elle doit investir bien au-delà de ses capacités actuelles pour développer son marché actuel, tout en effectuant la transition à une nouvelle structure industrielle. Elle n'y arrivera pas seule (ADISQ, 2007b, p. 19).

10. Notes personnelles d'observation, Montréal, 15 juin 2010.

Cela n'est qu'un exemple parmi d'autres interventions (en l'occurrence, publiques) informées par la « crise » qui se sont succédées au cours des trois dernières décennies. Leur occurrence se comprend d'autant mieux que ces actions collectives semblent avoir réussi à démontrer que le soutien (économique, financier, politique, etc.) renouvelé qu'elles visent à garantir pour « l'industrie québécoise de la musique » peut bel et bien, d'une certaine manière, constituer un « bon investissement pour le Québec » (ADISQ, 2007a). Sont au nombre des signes de cette efficacité – évoquant la solidité des assises en dépit de la fragilité qui perdure – le système de vedettariat local, mentionné plus haut, qui contribue à créer des liens étroits (tant affectifs que financiers) entre les artistes et leurs fans ainsi que le rayonnement international d'un nombre croissant d'artistes œuvrant dans une variété de genres et styles, qui sont appuyés par des entreprises sous contrôle québécois. Mais l'indice le plus probant, d'autant qu'il concerne le milieu dans son ensemble, demeure la part de marché qu'occupent les produits québécois – une composante du portrait de la scène musicale locale qui n'est pas aussi fréquemment mise de l'avant que pourrait le justifier son caractère exemplaire.

En 2009, la part de marché des albums québécois était de 52 %, en hausse de 6 % par rapport à l'année précédente ; elle était de 53 % pour les CD, 35 % et 7 % respectivement pour les albums et les pistes numériques (FORTIER, 2010) – des taux extrêmement élevés dont rêveraient bien des formations nationales comme la France, dont les musiques produites localement n'ont pas cette performance sur leur propre marché domestique. À peu près le même pourcentage des ventes concernait des albums considérés comme québécois au niveau artistique (artiste, un répertoire ou un collectif du Québec) et industriel (étiquette indépendante ou maison de disques du Québec qui en assure la commercialisation), soit 48 % et 49 % respectivement (*idem*). Comme l'illustrent les données compilées par FORTIER (2009), depuis 2002, alors que se font de plus en plus clairement sentir les effets de la « crise » sur le volume des ventes, la part des produits québécois s'est maintenue et, à certaines périodes, a crû. C'est notamment le cas pour les albums jugés artistiquement et industriellement québécois à la fois qui, alors qu'ils représentaient moins du quart des ventes en 2002, comptent désormais pour plus du tiers (non sans avoir frôlé les 40 % en 2004). Si l'on ajoute qu'au cours de la dernière année, les ventes de produits québécois ont connu des diminutions moins importantes que leurs concurrents sur le marché local et que les albums francophones accaparaient 40 % des ventes globales et 75 % des albums québécois, force est de constater l'effectivité d'un milieu industriel que la crise agit et fait agir.

*

* *

Le présent article visait à amorcer l'événementialisation de la « crise » que traversent les industries de la musique au Québec, à en offrir un portrait qui puisse mettre en évidence ce qui est en train de se passer, au-delà des évidences. S'en dégagent, me semble-t-il, les bribes d'un diagnostic proposé ici comme une ouverture davantage que comme une conclusion. « L'industrie » – comme on y réfère encore dans le discours public et comme les principaux acteurs concernés s'auto désignent – connaît un moment particulièrement trouble ou ambigu dans la mesure où s'y trouvent mises à l'épreuve à la fois la forme de communication musicale qui l'a vue naître et l'effectivité de la « crise » comme principe structurant

de ses actions collectives. Dans une telle conjoncture, alors que surfacent de plus en plus les enjeux liés à la circulation et à la valorisation de la musique, la singularité et l'intensité du moment sont telles que la symétrie entre l'avant et l'après de son développement endogène au Québec pourrait être brisée. Cela ne fait-il pas penser, suivant l'expression d'Ilya PRIGOGINE et d'Isabelle STENGERS (1992), qu'elles vivent peut-être un « point de bifurcation » ?

Line GRENIER

Département de communication,
Université de Montréal.
line.grenier@umontreal.ca

BIBLIOGRAPHIE

Aarkstore Enterprise

2009 *Digital Music Market Outlook : Evolving business models, key players, new challenges & the future.* <http://www.prlog.org/10329453.html> (8 octobre 2009).

ALLOR, Martin et Michèle GAGNON

1999 *État de culture. Généalogie discursive des politiques culturelles québécoises*, Montréal, GRECC, Université de Montréal et Concordia University, 2^e édition.

ARTIÈRES, P. et M. POTTE-BONNEVILLE

2007 *D'après Foucault. Gestes, luttes, programmes*, Paris, Les prairies ordinaires.

Association de l'industrie québécoise du disque, de la vidéo et du spectacle (ADISQ)

2010a *Programme – Les Rencontres 2010*, Montréal (Les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique), juin, 48 p.

2010b *Revue des activités 2009-2010*, Montréal, 48 p.

2009a *Revue des activités 2008-2009*, Montréal, 46 p.

2009b « Le Jukebox universel devient réalité. » http://www.adisq.com/doc/rencontres/rencontres-jour1_f.html (9 septembre 2009)

2008a *Allocution d'ouverture de Solange Drouin*, Montréal. (Rencontres québécoises de l'industrie de la musique : Investir les nouveaux marchés, investir la scène], mars. http://www.adisq.com/doc/rencontres/rencontres_jour1_f.html (15 septembre 2008)

2008b « Les Rencontres québécoises de l'industrie de la musique : un rendez-vous annuel incontournable, les 16 et 17 avril prochains », Communiqué, 10 avril. <http://www.adisq.com/presse-communiques/archives/presse-communiques-98.html> (9 septembre 2009)

2007a « L'ADISQ demande aux partis politiques de se prononcer sur l'avenir du milieu de la musique au Québec », Communiqué. 16 mars. <http://www.adisq.com/doc/press-communiques2007.html> (7 mai 2008)

2007b *Investir de nouveaux marchés, investir la scène. L'industrie québécoise de la musique en 2007. L'urgence d'agir*, Montréal, 30 p.

2003 *Pour une musique au pluriel*, Montréal, 44 p.

BAILLARGEON, Stéphane

2007 « L'ADISQ veut des sous. L'Association entre dans la campagne et demande neuf millions pour faire face à la crise du secteur de la musique », *Le Devoir*, samedi 17 mars, p. A4.

BÉLISLE, Solange

2004 « Au tour d'Astral Média de lutter contre le piratage de la musique », *LesAffaires.com*, Techno, mercredi, 24 mars.

BOUCHARD, Gérard et Alain ROY

2007 *La culture québécoise est-elle en crise ?*, Montréal, Boréal.

BOURGAULT- CÔTÉ, Guillaume

2009a « L'industrie du disque ne sombre pas dans la morosité, selon l'ADISQ, *Le Devoir*, mercredi, 21 janvier, p. B8.

2009b « Musique. La crise frappe DEP », *Le Devoir*, Culture, mercredi, 11 mars, p. b10.

2009c « Les gros blues du disque. L'industrie musicale en profonde crise : quel est avenir [sic] du disque et de la musique ? », *Le Devoir*, Samedi/dimanche, 21-22 mars : 1, 12.

2009d « À tâtons dans la crise. Quelles solutions pour sortir du marasme », *Le Devoir*, Samedi/dimanche, 21-22 mars, p. A7.

2009e « À la recherche de solutions », *Le Devoir*, vendredi 17 avril, p. B2.

BOURREAU, Marc et Benjamin LABARTHE-PIOL

2004 « Le peer-to-peer et la crise de l'industrie du disque », *Réseaux*, 3 (125) : 17-54.

BRUNET, Alain

2010a « Le piratage deviendra illégal au Canada », *La Presse*, Arts et spectacles, 3 juin. <http://cyberpresse.ca/arts//201006/03/01-486381-le-piratage-deviendra-illgal-au-Canada> (20 juin 2010)

2010b « Internet. Les Québécois téléchargent québécois », *La Presse*, Arts et spectacles, 10 février, p. A5.

2009a « Quebecor quitte le CA de l'ADISQ. Les représentants de Quebecor Media et du Groupe Archambault ont remis leur démission jeudi », *La Presse*, Actualités, samedi, 23 mai, p. A16.

2009b « Réglementation des nouveaux médias. Différend entre Quebecor et l'ADISQ », *La Presse*, Arts et spectacles, jeudi, 16 avril, p. A1.

2008 « 30^e Gala de l'ADISQ. Les choix des présidents... de l'ADISQ », *La Presse*, Arts et spectacles, samedi, 1^{er} novembre, p. A10.

2007a « L'industrie musicale en quête d'une identité », *La Presse*, Cyberpresse, <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200704/20/01-11398-l'industrie-musicale-en-quete-d-une-identite> (8 octobre 2009)

2007b « Derrière l'essor de la musique en ligne », *La Presse*, Cyberpresse, Technaute.ca, 22 janvier. <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/200701/22/01-12350-derriere-l-essor-de-la-musique-en-ligne> (8 octobre 2009)

2004 « Plamondon à l'assaut du piratage », *La Presse*, Arts et spectacles, mercredi, 24 mars, p. A1

2003a *Le disque ne tourne pas rond*, Montréal, Québec, Coronet liv.

2003b « Archambault en guerre contre le piratage. Campagne de sensibilisation, messages d'artistes à la télé, tout pour sensibiliser les internautes », *La Tribune* (Sherbrooke, Qc) Arts et spectacles, jeudi, 27 novembre, p. B8.

2002 « Où va notre pop ? L'inéluctable déclin du CD. Des solutions encore nébuleuses pour l'industrie de la musique », *La Presse*, Arts et spectacles, samedi, 26 octobre, p. D6.

CLOUTIER, Annie et Claude FORTIER

- 2008 *Ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2007*, Québec, Observatoire de la culture et des communications, Institut de la statistique du Québec, Gouvernement du Québec (« Statistiques en bref », 40, septembre).

DEGLISE, Fabien

- 2007 « Les pirates peuvent dormir tranquilles. La GRC baisse les bras devant la lourdeur de la chasse à la copie illégale de fichiers sonores », *LeDevoir.com*, Justice, 8 novembre, <http://www.ledevoir.com/societe/justice/163562/les-pirates-peuvent-dormir-tranquilles> (9 septembre 2009)

DELEUZE, Gilles

- 1989 « Qu'est-ce qu'un dispositif » dans : *Michel Foucault, philosophe. Rencontre internationale, Paris, 9, 10, 11 janvier 1988*, Paris, Seuil, « Les travaux ».

DOYON, Frédérique

- 2009 « GSI-Musique réduira ses activités en 2010 », *Le Devoir*, Culture, jeudi 17 décembre, p.b8.
- 2010 « Rencontres de l'ADISQ- La crise, et après ? », *LeDevoir.com*, Culture, 16 juin, [<http://www.ledevoir.com/culture/musique/290965/rencontres-de-l-adisq-la-crise-et-apres>] (18 juin 2010)

DROLET, Anne

- 2006 « Le piratage coûte cher », *Le Soleil*, Vivre ici, lundi 24 juillet, p. A7.

FORTIER, Claude

- 2009 *Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique*. Québec, Observatoire de la culture et des communications, Institut de la statistique du Québec, Gouvernement du Québec (« Statistiques en bref », 52, novembre).
- 2010 *Ventes d'enregistrements sonores au Québec : les albums québécois maintiennent leurs ventes en 2009*, Québec, Observatoire de la culture et des communications, Institut de la statistique du Québec, Gouvernement du Québec (« Statistiques en bref », 61, juin).

FOUCAULT, Michel

- 1994a « Qui êtes-vous professeur Foucault ? » [1967] dans : Daniel DEFERT et François EWALD (dirs), *Dits et écrits I*, Paris, Gallimard, 601-620.
- 1994b « Table ronde du 20 mai 1978 » [1980] dans : Daniel DEFERT et François EWALD (dirs), *Dits et écrits IV*, Paris, Gallimard, 20-34.
- 1980 *L'ordre du discours*, Paris, Minuit.

FRITH, Simon

- 1985 « The industrialisation of music » dans : James LULL (dir.), *Popular music and communication*, Newbury Park, Sage, 53-77.

GAUDREAU, Nadia

- 2006 « La Francofête. Ça ne sert à rien de se battre contre Internet », *L'Acadie Nouvelle*, Nouvelles générales, jeudi, 9 novembre, p. 3.

GRENIER, Line

- 1997a « Je me souviens ... en chansons. Articulations musicales de la citoyenneté et de l'identitaire au Québec », *Sociologies et Sociétés*, XXXIX, 2 : 31-48.

- 1997b « Cultural 'exemptionalism' revisited : The francophonization of Québécois popular music » dans : Emile MCANANY et Kevin WILKINSON (dirs), *Media, Culture, and Free Trade : NAFTA's Impact on Cultural Industries in Canada, Mexico, and the United States*, Austin, University of Texas Press, 306-328.
- 1993 « The aftermath of a crisis : Québec music industries in the 1980s », *Popular Music*, 12, 3 : 209-228.
- HONAN, Shane (dir.)
- 2006 *Access All Eras : Tribute Bands and Global Pop Culture*, Milton Keynes, The Open University Press.
- LANGÉVIN, Éric
- 2008 « Nous sommes tous des voleurs », *Le Nouvelliste* (Trois-Rivières), Week-end, samedi, 1 novembre, p. E2.
- LELOUP, Jean-Yves
- Non daté « La culture de la playlist. Le format de la 'playlist' numérique transforme l'écoute et le partage de la musique », Culture Mobile, Orange France. <http://www.culturemobile.net/usages/nouvelles-pratiques/la-culture-de-la-playlist-01.html> (16 juin 2010)
- LESAGE, Valérie
- 2009 « Chanson francophone. Qui a tué ma musique », *Périscope*, *Le Soleil*, mardi, 17 février : 36.
- LEYSHON, Andrew, Peter WEBB, Shawn FRENCH, Nigel THRIFT et Louise CREWE
- 2005 « On the reproduction of the music economy after the Internet », *Media, Culture & Society*, 27, 2 : 177-209.
- MARSHALL, Lee
- 2004 « The effects of piracy upon the music industry : a case study of bootlegging », *Media, Culture and Society*, 26 : 163-181.
- MARTIN, Claude et Line GRENIER (en collaboration avec Ilhem ALAGUI, Céline FERREIRA, Marianne LARAMÉE, Hélène LAURIN et Martin LUSSIER)
- 2005 *Analyse des données Soundscan pour l'Observatoire de la culture et des communications*, Rapport final, Montréal, Laboratoire Culture populaire, connaissance et critique (CPCC), 26 p.
- MORRISSETTE, Nathanaëlle
- 2009 « Téléchargements : L'illégalité reste la norme au Québec », *La Presse*, Arts et spectacles « Flashes », mercredi, 27 mai, p. A2.
- NOËL, Kathy
- 2004 « La mort du disque ? », *Les Affaires.com*, mardi, 17 février.
- PÉLOQUIN, Tristan
- 2008 « Fin des opérations. Injonction permanente contre QuébecTorrent.com », *Le Quotidien*, Actualités, vendredi, 11 juillet, p. 17.
- PRIGOGINE, Ilya et Isabelle STENGERS
- 1992 *Entre le temps et l'éternité*, Paris, Flammarion.

RESNICK, Bernard

2008 *The Record Business is Dead... Long Live the Music Business*, conférence prononcée dans le cadre des Rencontres québécoises de l'industrie de la musique, ADISQ, Montréal, 16 avril.

SCHMOUKER, Olivier

2010 « Que font les Québécois sur le Web ? », *LesAffaires.com*, 8 avril.

Société Radio-Canada (SRC)

« Que nous réserve l'industrie musicale en 2010. » *Du côté de chez Catherine*, SRC - Première chaîne, Montréal, Québec, 24 décembre. http://www.radio-canada.ca/émissions/du_cote_de_chez_catherine/2009-2010/chronique.asp?idChronique=99745 (15 mars 2010) RADIO

« Le Point », *Le téléjournal*, Montréal, 3 août.

STERDAN, Darryl

2007 *L'industrie de la musique survivra-t-elle à la crise. Dossier spécial « Sun »*, Canoe, 30 novembre. <http://www.canoe.com/divertissement/musique/dossiers/2007/11/27/4689676-sun.html> (15 mars 2010)

SUTHERLAND, David et William STRAW

2007 « The Canadian music industry at a crossroads », dans : D. TARAS, F. PANNEKOEK et M. BAKARDJEVA (dirs), *How Canadians Communicate II : Media, Globalization and Identity*, Calgary (Alberta), University of Calgary Press : 141-165.

TÉTU, Martin

2010 *Le téléchargement pair-à-pair au Québec : un premier portrait statistique à partir d'une observation directe*, Observatoire de la culture et des communications, Institut de la statistique du Québec, Gouvernement du Québec (Statistiques en bref, 56, janvier).

TÉTU, Martin et Guy BELLAVANCE

2009 *Peer-to-peer (P2P) et musique enregistrée au Québec*, Institut national de la recherche scientifique (INRS), Centre – Urbanisation Culture Société.

TORREGANO, Emmanuel

2010 *Vive la crise du disque !* Paris, Les carnets de l'info, 173 p.

VALLIÈRES, Martin

2010 « Disque AmériK en mode survie », *LaPresseAffaires.com*, lundi, 5 avril.

VIGNEAULT, Alexandre

2004 « La grande séduction de l'ADISQ », *La Presse*, Arts et spectacles, 5 février, p. 7.

WILLIAMSON, John et Martin CLOONAN

2007 « Rethinking the music industry », *Popular Music*, 26, 2 : 305-322.

ZENTNER, Alejandro

2006 « Measuring the effect of file sharing on music purchases », *The Journal of Law & Economics*, 49 : 63-90.