

# Écoute Active:

---

comprendre la puissance économique et  
le potentiel de l'industrie de la musique  
live au Canada



# Remerciements

**L'Association canadienne de la musique sur scène (CLMA) et Nordicity souhaitent remercier tous nos commanditaires de l'industrie pour avoir rendu ce projet possible.**

Nous remercions tous nos sponsors industriels qui ont rendu ce projet possible: RBC Fondation, Live Nation, Ticketmaster, la ville de Mississauga, Music Canada, evenko, MLSE, la ville de Brampton, Stageline, Blueprint, Tourism Industry Association of Ontario, London Music Office, la ville de Hamilton, Lula Lounge, Market Hall Performing Arts Centre, et la ville de Toronto

**Nous remercions tout particulièrement nos principaux commanditaires :**

Fondation RBC, Live Nation, Ticketmaster, Ville de Mississauga, Music Canada, Ville de Brampton, evenko, Maple Leaf Sports & Entertainment, et Stageline.

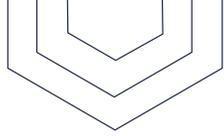


L'équipe du projet souhaite également remercier tous ceux et toutes celles qui ont pris le temps de contribuer aux conclusions du présent rapport, soit en répondant à l'enquête nationale Écoute Active et/ou en participant à notre série de tables rondes et d'entrevues. Vos réflexions et vos points de vue ont été d'une valeur inestimable pour l'élaboration du contenu de ce rapport et pour la réalisation d'un instantané de la situation de la musique sur scène au Canada.

**Ce projet est soutenu par le Conseil des arts du Canada, Ontario créatif, Creative BC et la Province de la Colombie-Britannique.**



Les opinions, constatations, conclusions ou recommandations exprimées dans ce document sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les points de vue des bailleurs de fonds. Les gouvernements, les bailleurs de fonds et leurs agences ne sont en aucun cas liés par les recommandations contenues dans ce document.



# Crédits

## Équipe de Nordicity

### Kristian Roberts

PDG et associée principale : Directrice du projet

### Carly Frey

partenaire : Responsable du secteur de la musique

### Megan Lynch

directrice : Gestionnaire de projet

### Zoe Chronis Brown

consultante principale : Responsable de l'engagement

### Caitlin Cross

consultante : Responsable de l'enquête et de l'analyse

### Brian Christensen

analyste principal: Soutien à l'engagement

### Lianne McRadu

analyste principale : Responsable de la modélisation

### Ryan Lee

analyste principal : Soutien à la modélisation et aux données

## CLMA Team

### Sergio Emilio Parra

Chef de projet

### Erin Benjamin

Présidente et directrice générale

### Maddy Oliver

Directrice, Services aux membres et relations avec l'industrie

### Jasmine Ung

Consultante, Communications numériques

### Yvette Angela

Consultante de projet, Programmation

### Katelyn O'Brien

Infographiste du projet

## Connecteurs communautaires

**Nous remercions tout particulièrement notre cohorte de connecteurs communautaires, dont la collaboration inestimable et le soutien consultatif ont été essentiels pour engager les communautés à travers le Canada et garantir que l'étude reflète et sert le secteur dynamique et diversifié de la musique sur scène au Canada.**

**Adam Armit** – Maple Leaf Sports & Entertainment

**Nicole Auger** – Sommet international des musiques autochtones

**Kayla Cooper** – Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest

**Beth Dart** – Music Yukon

**Alexis Delage** – Stageline

**Carmen Ford** – Ville de Mississauga

**Leela Gilday** – Bureau de la musique autochtone

**Amy Gottung** – Directrice de création, chercheure et rédactrice indépendante

**Jocelyn Johnston** – Ville de Brampton

**Lorena Kelly** – SaskMusic

**Carly Klassen** – Alberta Music

**Vanessa Kuzina** – Manitoba Music

**Cassidy Mann** – Indigenous Music/Manitoba Music

**Erin McGuire** – Sonic Entertainment

**Keziah Myers** – ADVANCE

**Rob Oakie** – Music PEI

**Victoria Perron** – Alianait Arts Festival

**Corey Poole** – Ville de Mississauga

**Nate Sabine** – Blueprint

**Robyn Stewart** – Women in Music

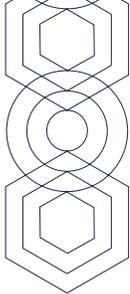
**Allegra Swanson** – Music Nova Scotia

**Patti-Anne Tarlton** – Live Nation

**Jon Weisz** – Les SMAQ/Indie Montréal

**Travis Wong** – Live Nation Canada

**Toutes les images incluses dans ce rapport ont été aimablement fournies par des membres actuels ou passés de la CLMA et sont créditées aux photographes originaux.**



La l'Association canadienne de la musique sur scène (CLMA) vise à établir l'importance économique, culturelle et sociale de la musique sur scène tout en favorisant un environnement propice à l'épanouissement des concerts. Par le biais de revendications axées sur l'élaboration de politiques, la sensibilisation du public et la recherche, l'association unit et amplifie les efforts de l'industrie de la musique sur scène, étant assurée que l'action collective renforce leur voix. Ses membres incluent un vaste éventail de parties prenantes, notamment des promoteur·rice·s de concerts, des festivals, des agences artistiques, des salles de spectacles, des clubs, des arénas, des centres d'arts de la scène, des associations professionnelles, des réseaux et des fournisseurs.

Devenez membre dès aujourd'hui



Nordicity est un cabinet international d'experts-conseils de premier plan offrant à ses clients des secteurs privé et public des solutions en analyse économique, en stratégie d'affaires et en politique et réglementation dans trois domaines clés : arts, culture et patrimoine; industries créatives; et économie et innovation numérique. Reconnu pour son expertise dans la conception de méthodologies permettant d'appréhender les bénéfices sociaux et économiques des activités artistiques et culturelles, y compris le tourisme culturel, Nordicity a affiné son approche de la mesure de l'impact des industries créatives au fil des décennies.

# Avant-propos

Demandez à toute personne mélomane pourquoi la musique sur scène est importante, et elle vous le dira. Pourtant, pour les économistes et les décideurs, la valeur de l'impact global et de l'importance de cette industrie canadienne dynamique ont toujours été négligées.

Le moment est venu d'y remédier.

« **Écoute Active** », la **toute première** évaluation de l'impact économique de l'industrie canadienne de la musique sur scène, arrive à un moment charnière, alors qu'un récent regain d'intérêt au niveau mondial commence à mettre en lumière et à exploiter l'importance économique de la musique sur scène, qui complète sa valeur sociale et culturelle bien connue.

Pourquoi ceci, et pourquoi maintenant? Parce qu'au Canada, **l'infrastructure de la musique sur scène est prête et en attente.**

Les petites, moyennes et grandes salles, les clubs, les salles de concert, les festivals, les arénas et les autres lieux de diffusion de musique qui connectent les artistes à leurs fans forment un vaste et complexe écosystème intérieur et extérieur. Il s'agit du système qui facilite la musique sur scène — et son énorme chaîne d'approvisionnement — à travers le Canada, qu'on parle d'une tournée nationale d'arénas ou d'un spectacle local unique dans une salle indépendante de 120 personnes... et tout ce qui se trouve entre les deux.

La compréhension et l'exploitation de ce système créent un **avantage concurrentiel important et modulable** pour les Canadiens et **pour tous les niveaux de gouvernement**, et sont essentielles pour nos artistes afin qu'ils puissent continuer de partager la musique que nous aimons et dont nous avons besoin. Et pourquoi pas? Cette étude est un point de référence; les données qu'elle contient ont été obtenues en grande partie en l'absence de tout cadre de politique fiscale visant à stimuler la croissance. **10,92 milliards de dollars en impact combiné des dépenses reliées à la musique sur scène et au tourisme... sans effort.**



**Tarun Nayar**

Président – Conseil d'administration,  
Association canadienne de la musique sur scène

Cofondateur, 5X Festival; Cofondateur,  
Snakes x Ladders; artiste



**Erin Benjamin**

Présidente et directrice générale,  
Association canadienne de la musique sur scène

Aujourd'hui? Il est évident que de **protéger et stimuler la croissance** de l'industrie canadienne de la musique sur scène **se traduit directement** par la création d'emplois, un impact économique majeur pour les villes et des possibilités de performance accrues pour les artistes canadiens. Cela signifie plus de fans qui choisissent le Canada comme destination où dépenser leurs dollars de tourisme musical (il s'avère que cela représente des milliards). Cela signifie des hôtels complets, des vols entièrement réservés, des magasins et des restaurants animés. C'est synonyme d'unité et de cohésion sociale. Cela signifie une meilleure santé mentale. Cela signifie des centres-villes prospères. Cela signifie attirer et retenir d'autres industries et talents dans nos villes. C'est synonyme de plus de revenus pour les artistes et les musicien-ne-s. Cela signifie plus de musique et de souvenirs avec la famille et les proches, plus de moments qui changent nos vies.

L'Association canadienne de la musique sur scène a été fondée en 2014 afin de faire connaître le pouvoir de la musique sur scène, et de collaborer avec les membres et le gouvernement pour **stimuler l'augmentation de la capacité du secteur dans l'ensemble de l'écosystème.** Avec ces nouvelles données en main, nous espérons que les preuves tangibles et les recherches solides de ce rapport encouragent une réflexion prospective et innovante sur **la place et le potentiel de croissance du secteur dans le cadre culturel et économique du Canada**, en élargissant l'appréciation de l'impact des politiques et des pratiques existantes (ou inexistantes, selon le cas).

Laissez Écoute Active être votre porte d'entrée vers une meilleure compréhension de l'une des industries culturelles les plus dynamiques et les plus influentes du Canada, pour niveler et **amplifier le pouvoir et l'impact de la musique sur scène** au profit de tous les artistes, tous les Canadien-ne-s et tous les fans de musique ici chez nous et à travers le monde.

# L'industrie canadienne de la musique sur scène est un moteur économique.

## Les résultats sont là

L'étude démontre que seulement en 2023, l'industrie canadienne de la musique sur scène a généré <b>10,92 milliards de dollars</b> de <b>produit intérieur brut (PIB)</b>	Et <b>3,73 milliards de dollars</b> de recettes fiscales.
--	---

Les concerts ont également soutenu plus de **101 640 emplois<sup>1</sup>**, contribuant à hauteur de **5,84 milliards de dollars** au revenu du travail dans l'ensemble du pays (voir Tableau 1).

Ces chiffres soulignent l'immense impact économique de la musique en direct et son rôle dans la création d'emplois, la croissance et la prospérité économique à l'échelle.

<sup>1</sup> L'emploi est exprimé en termes d'emplois équivalents temps plein (ETP), un ETP étant défini comme une personne travaillant 40 heures par semaine, environ 52 semaines par an. Dans l'industrie de la musique, de nombreuses personnes occupent des postes occasionnels. Plusieurs postes occasionnels représentent 1 ETP.

**TABLEAU 1 :**  
Résumé des impacts économiques et fiscaux de la musique sur scène, 2023

Catégorie	Activités reliées à la musique sur scène	Tourisme	Impact total (Activités + Tourisme)
Emplois (ETP)	27 490	77 150 \$	<b>101 640</b>
Revenu du travail	1,17 milliard \$	4,67 milliards \$	<b>5,84 milliards \$</b>
Produit intérieur brut	2 milliards \$	8,92 milliards \$	<b>10,92 milliards \$</b>
Fiscal (taxes et im-pôts)	514 milliards \$	3,21 milliards \$	<b>3,73 milliards \$</b>

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total.

L'impact économique de l'industrie canadienne de la musique sur scène peut souvent rivaliser avec celui d'autres industries canadiennes qui sont beaucoup plus reconnues dans les conversations sur la politique nationale. À titre de comparaison, l'industrie de la pêche au Canada génère 32 500 emplois et contribue environ 2,6 milliards de dollars au PIB<sup>2</sup>, tandis que l'industrie automobile canadienne génère 239 380 emplois et contribue environ 14 milliards de dollars au PIB.<sup>3</sup>

En tant que première étude à évaluer l'impact économique de la musique sur scène au Canada, **Écoute Active** constitue un point de référence essentiel pour mesurer le potentiel et les progrès du secteur au fil du temps. Dans un paysage en constante évolution, la musique sur scène prend de plus en plus d'importance et son potentiel de croissance, ainsi que les retombées économiques qu'elle génère, sont évidents. Elle constitue une source vitale de revenus pour les artistes — d'autant plus que les revenus des services d'écoute en continu restent limités — et soutient non seulement les carrières individuelles, mais aussi l'ensemble des fondements de l'écosystème musical.<sup>4</sup> En outre, l'essor des technologies immersives, notamment l'utilisation de plates-formes de jeux vidéo pour les événements musicaux en direct,<sup>5</sup> et le boom du tourisme musical à l'échelle mondiale, signalent un potentiel de croissance important.<sup>6</sup> Alors que la musique sur scène au Canada continue de faire face aux défis de la pandémie et à l'évolution du paysage, ces tendances indiquent un secteur florissant, plein d'opportunités et en croissance constante.

2 Unifor. 2022. "[Fisheries Sector Profile](#)."

3 Canadian Vehicle Manufacturers' Association. 2023. "[State of the Canadian Automotive Industry](#)."

4 Nordicity. 2023. "[The Digital Media Universe: Measuring the Revenues, the Audiences, and the Future Prospects](#)."

5 Music Ally. 2024. "[Sony Music talks immersive tech: 'We are doing a lot of testing...'](#)"

6 Custom Market Insights. 2024. "[Global Music Tourism Market Size Likely to Surpass at a CAGR of 8.5% By 2023](#)."



(Rauw Alejandro au) Scotiabank Arena

*Les dépenses des entreprises de musique sur scène sont estimées à 1,65 milliard de dollars en 2023 ; l'impact total de ces dépenses sur le PIB est estimé à 2,00 milliards de dollars.*

Selon statistique Canada, la contribution nationale de l'ensemble de la culture et du sport en 2023 était de 60,8 milliards de dollars,<sup>51</sup> ce qui signifie que les activités des entreprises de musique sur scène ont contribué à environ 3,3 % de l'impact sur le PIB de la culture et du sport au Canada.

## Un instantané de la musique sur scène au Canada

**L'industrie canadienne de la musique sur scène est vaste et variée.**

Canada accueille plus de **3750 (et plus encore)** salles de spectacles, festivals et événements musicaux, promoteur·rice·s, espaces de pratique, gérant·e·s et agent·e·s, entreprises de production de concerts, compagnies de location d'équipement, organisations de soutien, festivals culturels, vitrines et remises de prix.<sup>7</sup> TCe nombre continue de changer de jour en jour, car le secteur évolue constamment. Les salles de spectacles, festivals, événements et remises de prix en particulier jouent un rôle essentiel au sein de l'industrie de la musique sur scène au pays. Ils sont non seulement la principale source de création d'emplois du secteur, mais ils sont également essentiels au développement des artistes. En jouant devant un public, les artistes élargissent leur bassin d'admirateurs et leur public, et étendent leur portée à de nouveaux marchés. Les relations de collaboration entre les personnes de l'ensemble de l'écosystème musical — du personnel des salles aux promoteur·rice·s, en passant par les gérant·e·s et les agent·e·s — sont également cruciales à la réussite des artistes.

7 Pour plus de détails, veuillez consulter la carte des atouts de l'industrie de la musique en direct fournie au point 3.1 : Profil de la musique en direct au Canada.



### La musique sur scène au Canada est très active et continue d'évoluer, de mûrir et de se diversifier.

Les résultats de l'étude Écoute Active démontrent que les programmeur·rice·s et promoteur·rice·s de concerts canadiens ont programmé un total estimé de **18 945 concerts** au Canada en 2023 – ce chiffre correspond à **50 spectacles par jour dans l'ensemble du pays**. Alors que l'activité tend à se concentrer dans les zones densément peuplées, la musique sur scène est unique en ce sens qu'elle s'étend aussi bien aux communautés urbaines qu'aux communautés rurales. Elle nourrit également la prochaine vague d'artistes canadiens tout en célébrant les vedettes locales, les artistes étant une source de fierté pour la communauté et contribuant à la réputation du Canada en tant que destination mondiale du tourisme musical.

Selon les résultats de l'enquête, plus de la moitié des propriétaires et dirigeants d'entreprises s'identifient comme des femmes. En outre, environ un tiers des propriétaires et dirigeants d'entreprises s'identifient comme des membres de la communauté 2SLGBTQ+. Bien que les résultats de cette enquête ne concernent pas toutes les entreprises du secteur, ces données suggèrent que des progrès ont été réalisés en matière de représentation des sexes. Cependant, ces progrès ne sont peut-être pas aussi inclusifs pour les communautés IBPOC. Par exemple, environ 21 % des femmes propriétaires d'entreprises et 24 % des femmes dirigeantes qui ont répondu à l'enquête s'identifient comme autochtones, noires ou de couleur. L'évaluation complète de la diversité du secteur nécessiterait une étude plus approfondie, comme le font des organisations telles que le Black Music Business Collective d'ADVANCE Canada, Women

in Music Canada, Breaking Down Racial Barriers (BDRB), et l'Indigenous Music Office, récemment créé, parallèlement au travail continu de la CLMA.

En 2022, la CLMA a publié un rapport intitulé Réduire l'écart qui examinait les défis auxquels sont confrontés les autochtones, les Noir·e·s et les autres personnes racialisées travaillant dans l'industrie de la musique sur scène au Canada. Le rapport contient des recommandations politiques réalisables que la CLMA continue de promouvoir au nom de l'industrie.<sup>8</sup> Soutenir les conditions d'un secteur plus diversifié permet non seulement d'enrichir et de dynamiser la musique sur scène au Canada, mais aussi de stimuler l'innovation, ce qui se traduit par des performances financières plus solides et des retours économiques plus importants.<sup>9</sup>

### La musique sur scène est essentielle au tissu social du Canada.

Au-delà de ses contributions économiques significatives, la musique sur scène est un moteur essentiel du tourisme et rassemble les gens, en favorisant les opportunités de connexion autour d'une expérience culturelle partagée. Partout au Canada, les concerts contribuent à créer un sentiment de fierté et d'identité locale, régionale et nationale grâce à des talents locaux et à des lieux musicaux phares. Elle améliore également la qualité de vie et le bien-être de tous les Canadiens, ainsi que la construction des villes, l'aménagement du territoire et la sécurité en transformant les espaces publics en centres culturels dynamiques.

<sup>8</sup> [Closing the Gap — Canadian Live Music Association.](#)

<sup>9</sup> McKinsey. 2020. "[Diversity wins. How inclusion matters.](#)"

*Les organisateur·rices et promoteur·rice·s de concerts canadiens ont présenté environ 18 945 spectacles de musique sur scène au Canada en 2023 – ce qui, de manière prudente, correspond à environ 50 spectacles par jour dans l'ensemble du pays.*

# Appels à l'action

Pour aider le secteur canadien de la musique sur scène à réaliser son potentiel de croissance et à continuer d'apporter une contribution économique significative, la recherche **d'Écoute Active** a identifié plusieurs appels à l'action clés :

**1.**

**Protéger les salles de spectacles** existantes, qui constituent la bouée de sauvetage du secteur.

**2.**

**Soutenir la prise de risque parmi les salles et les promoteur-riche-s** par des initiatives stratégiques.

**3.**

**Impliquer le secteur privé** par le biais de parrainages, de partenariats et de collaborations.

**4.**

**Évaluer et lever les obstacles systémiques** auxquels sont confrontées les personnes historiquement exclues des communautés IBPOC et 2SLGBTQ+.

**5.**

**Attirer, cultiver et retenir les talents** dans l'industrie canadienne de la musique sur scène.

**6.**

**Améliorer la rémunération et les conditions de travail afin** d'attirer et de retenir les talents dans l'ensemble du secteur.

**7.**

**Favoriser les liens et la collaboration** à l'échelle nationale pour relever les défis qui se posent à l'ensemble du secteur.

**8.**

**Encourager les modèles d'affaires novateurs**, y compris les nouvelles stratégies de revenus et les plans d'urgence plus solides.

**9.**

**Intégrer davantage la musique sur scène** dans les initiatives touristiques du Canada, en tirant parti de son potentiel pour stimuler le tourisme et l'engagement culturel.

Agir dans ces domaines contribuera à soutenir un environnement propice à l'épanouissement de la musique sur scène, à créer davantage d'emplois et de possibilités pour les artistes de se développer et d'étendre leur carrière, et à libérer un potentiel économique encore plus important au profit de l'ensemble des Canadien-ne-s.



# 1. Introduction

## 1.1 À propos de ce projet

Cette étude, qui est la toute première évaluation de l'impact économique de l'industrie canadienne de la musique sur scène, arrive à un moment critique.

Le secteur évolue dans un paysage en rapide mutation et doit faire face à de nombreux facteurs susceptibles de le transformer radicalement. Les préoccupations environnementales sont de plus en plus nombreuses, la nécessité de déployer des efforts plus concertés en faveur de l'équité et de l'inclusion est reconnue, et l'intelligence artificielle est source d'incertitude – alors que le secteur de la musique sur scène est toujours aux prises avec la reprise post-pandémique. Cependant, la musique sur scène devient de plus en plus importante et son potentiel de croissance, ainsi que l'impact économique qu'elle génère, sont évidents. Non seulement la musique sur scène est la source de revenus la plus significative des artistes<sup>10</sup>, mais des tendances telles que l'augmentation du tourisme musical mondial indiquent un potentiel de croissance significatif dans le secteur.<sup>11</sup>

Jusqu'à maintenant, les contributions économiques de la musique sur scène au Canada n'ont pas été quantifiées. La recherche présentée dans ce rapport documente les impacts économiques directs, indirects et induits de l'industrie de la musique sur scène, y compris l'impact touristique et fiscal de l'industrie au niveau national. Au-delà de son empreinte économique, ce rapport dresse un profil général de la musique sur scène au Canada et conclut en explorant les défis et les besoins les plus pressants pour que la musique sur scène continue à prospérer au Canada.

L'impact économique de l'industrie canadienne de la musique sur scène peut souvent rivaliser avec celui d'autres industries canadiennes qui sont beaucoup plus reconnues dans les conversations sur la politique nationale. À titre de comparaison, l'industrie de la pêche au Canada génère 32 500 emplois et contribue environ 2,6 milliards de dollars au PIB<sup>12</sup>, tandis que l'industrie automobile canadienne génère 239 380 emplois et contribue environ 14 milliards de dollars au PIB.<sup>13</sup>

La musique sur scène est un secteur puissant au Canada et, avec plus de soutien et d'attention, elle pourrait avoir un impact économique encore plus important.

### **Pourquoi ces données sont-elles utiles?**

Les données aideront le secteur de la musique sur scène à quantifier son impact économique et à articuler la valeur qu'il apporte plus largement (par exemple, l'impact social). Les données contenues dans ce rapport aideront également le secteur à identifier et à relever les défis et les opportunités actuels. Les principaux objectifs de l'étude *Écoute Active* sont de :

- Sensibiliser à la compétitivité mondiale de la portée et de l'importance de l'industrie canadienne de la musique sur scène;
- Permettre aux entreprises et aux organisations de prendre des décisions fondées sur des données;
- Mettre en lumière les tendances, les changements et les défis qui affectent l'industrie;
- Présenter les domaines d'opportunités;

---

<sup>10</sup> Nordicity. 2023. [“The Digital Media Universe: Measuring the Revenues, the Audiences, and the Future Prospects.”](#)

<sup>11</sup> Custom Market Insights. 2024. [“Global Music Tourism Market Size Likely to Surpass at a CAGR of 8.5% By 2023.”](#)

<sup>12</sup> Unifor. 2022. [“Fisheries Sector Profile.”](#)

<sup>13</sup> Canadian Vehicle Manufacturers' Association. 2023. [“State of the Canadian Automotive Industry.”](#)

- Communiquer la valeur de l'industrie à d'autres secteurs afin d'explorer et d'amplifier les possibilités de collaboration;
- Contribuer à une image globale de la musique sur scène.

## 1.2 Résumé de la méthodologie

Plusieurs méthodes de recherche ont été utilisées pour collecter et analyser les données de ce rapport. Ces outils et techniques sont expliqués ci-dessous.

### Enquête nationale

L'enquête *Écoute Active* a été lancée publiquement le 30 avril 2024 et s'est conclue le 12 juillet 2024, comme principal outil de collecte de données financières pour ce projet. En outre, l'enquête a également permis de recueillir des informations non financières afin de contribuer à l'analyse des forces et des besoins du secteur, ainsi que des impacts non économiques (y compris les impacts sociaux). L'enquête était ouverte à tous dans tout le pays et a été largement diffusée via les médias sociaux et les listes d'envoi de la CLMA. L'enquête a été aussi soutenue par une série de partenaires communautaires disposant de réseaux solides dans les industries musicales régionales et locales, afin d'assurer une large représentation. Un total de 387 réponses complètes ont été reçues, en plus de 264 réponses partielles avec des données utilisables. Pour une ventilation complète des répondants à l'enquête, voir l'Annexe A.

### Rencontres

En complément de l'enquête nationale, une série de tables rondes régionales ont été organisées pour recueillir des données qualitatives sur l'industrie. Ces tables rondes ont été organisées dans tout le Canada, notamment avec des représentants de l'industrie de l'Ontario, du Québec, de la Colombie-Britannique, des Prairies, du Canada atlantique et du nord du Canada. De plus, Nordicity a mené un certain nombre d'entretiens avec des informateurs clés au sein d'organisations représentant les communautés musicales autochtones et noires, ainsi qu'avec des groupes de défense de l'environnement. Un total de 9 tables rondes régionales et 11 entretiens ont eu lieu, impliquant environ 54 participant-e-s au Canada.

### Recherche secondaire

Les résultats de la recherche primaire ont été validés par la littérature existante et les sources secondaires. Par exemple, les rapports de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), *Réduire l'écart*<sup>14</sup> et Statistique Canada, entre autres, ont été examinés et cités tout au long du présent rapport.

### Évaluations de l'impact économique

L'impact économique des activités des entreprises et des organisations de musique sur scène ainsi que les dépenses touristiques ont été estimés à l'aide de données primaires collectées via l'enquête *Écoute Active*, une sélection de sources de recherche secondaires et deux outils de modélisation de l'impact économique. Les outils utilisés incluaient le modèle exclusif MyEIA™ de Nordicity, et un modèle de tourisme personnalisé fondé sur MyEIA™ et le modèle d'impact économique régional du tourisme du gouvernement de l'Ontario. Un résumé des sources de données et des outils analytiques utilisés est présenté dans le tableau ci-dessous.

---

<sup>14</sup> CLMA. 2022. ["Closing the Gap: Impact & Representation of Indigenous, Black, and People of Colour Live Music Workers in Canada."](#)

**Tableau 2 : Résumé des sources de données et des outils**

Zone d'impact	Sources de données et outils d'analyse utilisés
Activités des entreprises de musique sur scène	Enquête Écoute Active MyEIA™
Dépenses et impacts du tourisme	Enquête Écoute Active Enquête nationale sur les voyages Enquête sur le tourisme Indicateurs nationaux du tourisme Modèle de tourisme personnalisé EIA™



Toronto Jazz Festival par Jesse Milns

## 2. À propos de la musique sur scène

« La musique sur scène » se définit comme de la musique jouée par une personne ou un groupe devant un public.

Bien que le secteur englobe également de nombreux types de performances dans des cadres et sous des formes très variées - qu'il s'agisse de spectacles intimes dans des cafés, des bars ou des parcs; de spectacles dans des salles de concert et des espaces marginaux; ou de concerts massifs dans des stades - c'est essentiellement l'accent mis sur les spectacles en présentiel qui rend le secteur unique et le distingue de la musique enregistrée.

Pour les besoins de ce rapport, les différents aspects du secteur de la musique sur scène ont été classés comme suit :

**Tableau 3 : Cadre de catégorisation de l'industrie musicale**

Catégorie	Sous-catégorie	Description/Exemples
<b>Salles</b>	Salles de spectacles pures	Les lieux dédiés à la musique sur scène tels que les salles de concert, les théâtres, les centres d'arts de la scène et les amphithéâtres.
	Salles de spectacles occasionnelles	Lieux occasionnels de diffusion de musique sur scène tels que les bars, les pubs, les cafés, les restaurants, les clubs, les centres de congrès, les arénas sportifs et les salles de banquet.
<b>Services professionnels</b>	Promoteur-riche-s de concerts	Personnes ou organisations qui coordonnent, commercialisent et/ou facilitent les événements de musique sur scène.
	Espaces de répétition ou d'enregistrement de musique	Espaces professionnels tels que des studios d'enregistrement et/ou des studios de répétition pour capter ou enregistrer de la musique.
	Gérant-e-s/Agent-e-s	Personnes ou organisations qui représentent et soutiennent les artistes de musique sur scène en s'occupant d'activités telles que le <i>booking</i> , les négociations et le développement de carrière.
	Production de musique sur scène	Personnes ou organisations qui produisent et/ou gèrent de la musique sur scène, y compris l'ingénierie du son, la scénographie et la coordination d'événements.
	Location et fourniture de matériel de musique sur scène	Entreprises qui fournissent aux musicien-ne-s et aux organisateur-riche-s d'événements du matériel audio professionnel, de l'éclairage, de la mise en scène ou des instruments pour les concerts.
	Organismes de soutien à la musique sur scène	Organisations de soutien à la musique sur scène, telles que les associations ou les sociétés du secteur.

Catégorie	Sous-catégorie	Description/Exemples
<b>Organisations professionnelles</b>	Artistes entrepreneur-se-s	Ceux et celles qui gèrent une entreprise en tant qu'artiste, musicien-ne, DJ, groupe ou autre.
	Chorales	Chorales communautaires ou dirigées par des organisations.
	Orchestres	Orchestres communautaires ou dirigés par des organisations.
<b>Vitrines et célébrations</b>	Festivals et événements musicaux	Festivals et événements qui présentent de la musique sur scène.
	Musique sur scène autochtone	Activités ou événements comprenant de la musique sur scène, tels que les tambours, les chants de gorge et les pow-wow.
	Festivals culturels avec musique sur scène	Festivals et événements où la musique sur scène est une composante de l'événement, mais n'en est pas l'élément principal.
	Remises de prix	Remise de prix ou cérémonies qui reconnaissent et célèbrent les productions et les artistes de musique sur scène.

Bien qu'il existe plusieurs industries secondaires qui soutiennent la musique sur scène, elles ne sont pas incluses dans le champ d'application de cette étude. Par exemple, les secteurs du transport et de l'hôtellerie jouent un rôle important dans l'organisation d'événements musicaux. En outre, des domaines tels que l'éducation musicale et la musicothérapie utilisent des éléments de la musique sur scène. Toutefois, ces secteurs secondaires ne font pas partie du champ d'application de la présente étude.

## 2.1 Les bénéfices de la musique sur scène

Au-delà du divertissement, l'industrie de la musique sur scène apporte de nombreux bénéfices à la société. Tout d'abord, le secteur de la musique sur scène est un puissant moteur économique. Il génère des emplois dans un large éventail de domaines, des musicien-ne-s au personnel des salles et aux organisateur-ric-e-s d'événements, en passant par les technicien-ne-s et les équipes, le personnel de la restauration et des bars, entre autres. La musique sur scène attire également les touristes qui séjournent dans les hôtels, mangent dans les restaurants, achètent des produits locaux et d'autres services, stimulant ainsi les économies locales dans tout le pays. C'est aussi un moteur essentiel de l'activité nocturne : la présence d'artistes et de lieux de spectacle fait sortir les gens de chez eux et contribue à une économie nocturne animée et dynamique. En outre, la musique est une activité qui se pratique tout au long de l'année, ce qui signifie que les avantages du tourisme musical ne sont pas liés à une saison spécifique et peuvent s'étendre aux saisons creuses. Pour illustrer ce point, une analyse détaillée de l'impact économique et touristique de la musique sur scène est présentée dans la Section 4 : Impacts de la musique sur scène.

Bien qu'importants, les bénéfices de la musique sur scène vont au-delà de l'économie et du tourisme. La musique sur scène offre un certain nombre d'avantages sociaux supplémentaires, décrits ci-dessous.

Figure 1 : Les bénéfices de la musique sur scène



La musique sur scène joue un rôle essentiel dans la promotion des **liens communautaires** et des **échanges culturels**, en créant une expérience collective partagée. Les salles de concert, en particulier, sont des lieux de rencontre essentiels qui rassemblent les habitants d'une ville et contribuent à créer un sentiment de communauté et d'appartenance, notamment pour les personnes issues de communautés défavorisées qui manquent parfois d'espaces pour se réunir.<sup>15</sup>

En tant que forme clé d'expression culturelle, la musique sur scène peut également servir de passerelle pour ouvrir les esprits et exposer les gens à de nouvelles idées et à de nouvelles cultures. Ainsi, la musique sur scène contribue à renforcer **les échanges culturels, la prise de conscience et la compréhension** au sein d'une communauté. En outre, la musique sur scène est intrinsèquement tournée vers le public. Le fait d'assister à une représentation diversifiée sur scène — des artistes comme Tanya Tagaq, k.d. lang et Deborah Cox — peut avoir un impact profond sur l'inspiration des générations futures issues de communautés historiquement mal desservies.

En outre, la musique sur scène peut susciter un **sentiment de fierté et d'identité**. Dans un pays aussi étendu géographiquement que le Canada, les groupes, festivals et événements musicaux connus contribuent à renforcer la fierté locale et à consolider une réputation nationale plus large qui enthousiasme et unit les gens.

---

<sup>15</sup> Nordicity. 2020. ["Re:Venues: A Case and Path Forward for Toronto's Live Music Industry."](#)

Des études ont également montré que la musique peut aider à soulager la dépression, l'anxiété et d'autres problèmes de santé mentale en activant les récepteurs de plaisir du cerveau. La pratique de la musique permet aux gens de gérer leurs émotions, de se remettre d'un traumatisme et d'entrer en contact avec d'autres personnes. En d'autres termes, la musique sur scène joue un rôle essentiel dans **la santé mentale et le bien-être**. Certains médecins recommandent des interventions basées sur la musique plutôt que sur les antidépresseurs traditionnels.<sup>16</sup> En outre, la musique sur scène peut contribuer à lutter contre l'isolement social et la solitude, qui touchent une personne âgée sur quatre et 5 à 15 % des jeunes adolescent·e·s dans le monde, comme l'indique l'Organisation mondiale de la Santé.<sup>17</sup>

La musique sur scène contribue également de manière significative aux activités de **construction urbaine et d'aménagement du territoire** en augmentant **le dynamisme, l'habitabilité et la qualité de vie** des habitants d'une ville ou d'une localité. L'activité culturelle est un élément attractif qui incite les gens à vivre et à travailler dans un lieu donné. La musique sur scène peut insuffler de la vie dans les espaces publics et culturels, attirant des personnes hautement qualifiées et éduquées qui, à leur tour, contribuent à l'économie locale en lançant des entreprises, en créant des emplois et en encourageant l'innovation. Les quartiers musicaux et le regroupement d'installations liées à la musique, comme les salles de concert, favorisent la richesse culturelle qui attire d'autres professionnel·le·s et les industries créatives, comme le cinéma, la télévision et les événements scéniques. Ce dynamisme culturel renforce l'attrait de la ville, offrant aux habitants et aux touristes des expériences uniques qui en font un endroit où il fait bon vivre.

La musique sur scène peut également rajeunir les parties sous-développées d'une ville, en attirant davantage de touristes dans les commerces voisins et en stimulant la croissance commerciale. L'augmentation du trafic piétonnier renforce la **sécurité publique**, et cette amélioration peut conduire à des quartiers plus attrayants qui attirent d'autres activités artistiques et culturelles, ainsi que des résident·e·s, des entreprises et des investissements supplémentaires.



Photo courtoisie de Metalworks Institute

---

<sup>16</sup> BC Alliance For Arts + Culture. 2022. ["Arts on Prescription."](#)

<sup>17</sup> World Health Association. N.d. ["Social Isolation and Loneliness."](#)

## Comment la musique sur scène façonne-t-elle la vitalité urbaine : les cas de Hamilton, Montréal et Nashville

La ville d'Hamilton, en Ontario, a cherché à se démarquer en passant d'une puissance industrielle à une « destination créative et dynamique ». <sup>18</sup> Grâce à des efforts tels que l'élaboration d'une stratégie musicale et l'introduction de politiques favorables à la musique sur scène, Hamilton est devenue un environnement accueillant pour les professionnel-le-s de la musique et les artistes au Canada. <sup>19</sup> Cet attrait pour les talents a, à son tour, contribué à la revitalisation de son centre-ville. Hamilton se classe au septième rang mondial pour le nombre de lieux de musique indépendants par habitant. <sup>20</sup>

Au Québec, Montréal est également un excellent exemple de la manière dont les espaces de musique sur scène peuvent renforcer l'animation urbaine. Le Quartier des spectacles — un pôle culturel et un centre de divertissement au cœur de la ville — a contribué à attirer des touristes et à faire de la ville un endroit plus dynamique où vivre, travailler et se divertir. De nombreux événements musicaux ont lieu dans le Quartier des spectacles, notamment le célèbre Festival international de jazz de Montréal.

Surnommée la « ville de la musique », Nashville, Tennessee a placé son industrie musicale au cœur de son identité et de son économie. La musique sur scène est omniprésente dans la ville, depuis le Grand Ole Opry jusqu'aux nombreuses salles de concert qui jalonnent le quartier historique de Music Row. Face aux pressions de la croissance qui ont mis en péril ses atouts en matière de musique sur scène, les pouvoirs publics ont réagi pour protéger ces atouts par des mesures politiques telles que le nouveau Tennessee Live Music Fund et des plans de développement spécifiques à chaque site. <sup>21</sup> Ces mesures de protection contribueront à faire en sorte que l'écosystème de la musique sur scène de Nashville reste l'une des principales cartes de visite de la ville pour les touristes et les habitants.

Les municipalités de tout le Canada soutiennent stratégiquement la croissance de leurs industries musicales, après avoir reconnu l'impact qu'elles peuvent avoir sur les collectivités. Mississauga a été reconnue comme la Ville musicale de l'année 2023 aux CLMIAs pour son travail d'élaboration d'une stratégie musicale <sup>22</sup> visant à développer l'industrie musicale de la ville et à faire de Mississauga un « incubateur de talents musicaux de premier plan et une destination nationale pour les événements musicaux et les festivals ». <sup>23,24</sup>

## 2.2 Le rôle de la musique sur scène au sein de l'écosystème musical

La musique sur scène constitue un élément clé de la chaîne de valeur de la musique au sens large. Bien qu'elle soit distincte de la musique enregistrée, il est pratiquement impossible pour l'une d'exister sans l'autre. Les auditeurs sur les plateformes se transforment souvent en public lors des concerts, et vice versa.

---

<sup>18</sup> Toronto Star. 2023. ["City of Hamilton is getting a new downtown landmark called The Design District."](#)

<sup>19</sup> City of Hamilton. 2023. ["Music in Hamilton."](#)

<sup>20</sup> City of Hamilton & MDB Insights. 2018. ["City of Hamilton Creative Industries Sector Profile Study."](#)

<sup>21</sup> Metropolitan Government of Nashville and Davidson County. N.d. ["Music Row Vision Plan"](#); Billboard. 2024. ["Tennessee Bill That Would Create a Live Music Fund for Indie Venues Passes State Legislature."](#)

<sup>22</sup> City of Mississauga. 2022. ["Mississauga Music Strategy 2022-2026."](#)

<sup>23</sup> City of Mississauga. 2023. ["Mississauga hits all the right notes as the 2023 Music City of the Year."](#)

<sup>24</sup> Une évaluation de l'impact économique de la musique en direct à Mississauga a été réalisée en 2024, parallèlement à cette étude nationale, afin de continuer à faire progresser les objectifs de la stratégie de la ville en matière de musique nationale.

De nombreux ingénieur-e-s s'adonnent à la fois à la production enregistrée et à la production sur scène. Pour un artiste, la musique sur scène et la musique enregistrée constituent deux parties inséparables de l'écosystème en termes de revenus et de développement du public. En effet, la musique sur scène est devenue encore plus importante pour l'écosystème musical ces dernières années, devenant la principale source de revenus pour la plupart des artistes face aux faibles revenus générés par les plateformes d'écoute en continu.<sup>25</sup>

## **L'importance des paliers de salles pour la croissance des artistes**

Le secteur de la musique sur scène comporte de nombreux éléments, dont l'un est la diversité des lieux de diffusion qui s'adressent à différents publics, genres et tailles de public. Les salles constituent l'épine dorsale du secteur de la musique sur scène en fournissant une plateforme pour la découverte des artistes et l'élargissement du public, et sont donc une étape cruciale dans le développement d'un artiste.<sup>26</sup>

Au fur et à mesure qu'un-e artiste se développe, il ou elle gravit idéalement les échelons de l'échelle des salles, en commençant par les petits bars ou cafés, puis les théâtres et, un jour, les amphithéâtres et les arénas. Ainsi, les salles sont essentielles à la viabilité de l'industrie de la musique sur scène et, par extension, de l'industrie musicale dans son ensemble.

## **Le rôle des festivals de musique dans le soutien aux artistes émergents**

Les festivals de musique au Canada sont essentiels pour aider les artistes émergent-e-s à se faire connaître et à développer leur carrière. Ces événements organisés dans tout le pays (par exemple, le Festival international de jazz de Montréal, 5X Fest, le Winnipeg Folk Festival au Manitoba, Afrofest, RISE Edutainment) offrent aux artistes la possibilité de se produire devant un large public, d'entrer en contact avec des professionnel-le-s de l'industrie et de bénéficier d'un mentorat par l'intermédiaire de panels et d'ateliers.

Les festivals de musique au Canada constituent des points de départ essentiels pour les artistes émergent-e-s, les aidant à se frayer un chemin vers une reconnaissance plus large de l'industrie. Les avantages d'une exposition accrue et d'un accès aux réseaux de l'industrie sont considérables. Même les artistes qui ne sont pas sélectionné-e-s pour les vitrines peuvent nouer des liens précieux en bénéficiant de réductions sur les inscriptions aux événements de l'industrie et en accédant à des ressources.

Alors que de nombreux festivals proposent des vitrines pour les nouveaux talents, comme le Bow Valley Music Festival, certains événements comme Departure Festival + Conference (anciennement connu sous le nom de Canadian Music Week) et North by Northeast (NXNE) comprennent des volets axés sur l'industrie qui rassemblent des artistes, des directeur-ric-e-s musicaux, des agent-e-s et des médias de l'ensemble du pays. Des organisations de membres comme Folk Canada<sup>27</sup> existent également pour offrir des ateliers et des panels qui favorisent les liens et le partage des ressources pour une industrie de la scène plus forte et plus unie. Ces événements fonctionnent comme des carrefours centralisés pour le réseautage, favorisant un écosystème où les artistes peuvent se produire, apprendre et s'engager avec les principaux acteurs de l'industrie, ouvrant ainsi la voie à l'épanouissement de nouveaux talents.

---

<sup>25</sup> Nordicity. 2023. [“The Digital Media Universe: Measuring the Revenues, the Audiences, and the Future Prospects.”](#)

<sup>26</sup> Nordicity. 2020. “Re:Venues: A Case and Path Forward for Toronto’s Live Music Industry.”

<sup>27</sup> <https://www.rootsmusic.ca/2024/09/26/folk-music-ontario-is-now-folk-canada/>

## 3. L'industrie de la musique sur scène au Canada

### 3.1 Profil de la musique sur scène au Canada

Le secteur de la musique sur scène au Canada est très diversifié et se compose de plusieurs types d'« actifs ».<sup>28</sup>

Les actifs comprennent les diverses ressources matérielles (espaces et lieux physiques) et immatérielles (telles que les histoires et les traditions) qui font partie intégrante du fonctionnement d'une industrie et possèdent une valeur économique. Dans le contexte de l'industrie musicale, les actifs comprennent les salles de concert, les services professionnels et les entreprises et organisations liées à la musique.<sup>29</sup>

Pour mieux comprendre l'ampleur de l'industrie canadienne de la musique sur scène, ces actifs ont été visualisés sur une carte spatiale dynamique, comme le montre la Figure 2 ci-dessous.<sup>30</sup> Il convient de noter que la carte spatiale n'est pas exhaustive. Elle exclut certaines personnes et certains lieux, tels que ceux ou celles qui ne sont pas enregistré-e-s ou dont l'adresse n'est pas facilement accessible.



Photo courtoisie de Small World Music

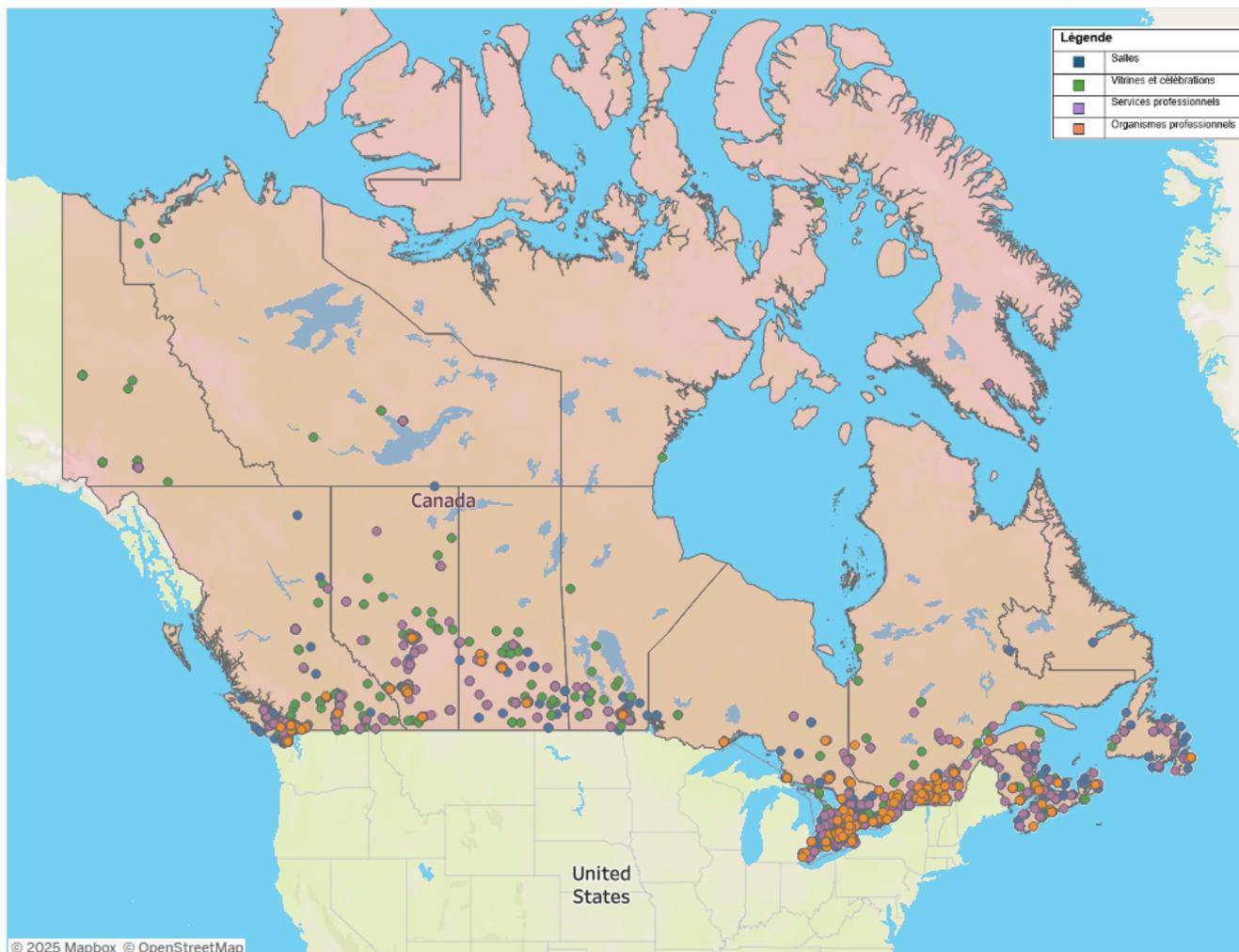
---

<sup>28</sup> Voir le tableau 3 de la section 2 pour une catégorisation des différents actifs de l'industrie de la musique sur scène utilisés.

<sup>29</sup> L'identification complète des actifs s'appuie sur le cadre de catégorisation de l'industrie musicale (figure 1).

<sup>30</sup> L'approche cartographique a consisté à utiliser des sources accessibles au public pour tous les aspects de la cartographie, y compris des sources de données ouvertes et des fichiers de forme. La liste des actifs a été compilée à partir d'une recherche documentaire qui comprenait une approche à trois niveaux utilisant les entreprises enregistrées de D&B Avention, les listes des associations provinciales de l'industrie de la musique, et une recherche sur le web à partir de Google Maps.

Figure 2 : Carte globale des actifs de la musique sur scène



Source : Identification des actifs, EIE de la CLMA, Tableau

La carte complète, ainsi que des cartes individuelles se concentrant sur quatre catégories principales (lieux, services professionnels, organisations professionnelles, et vitrines et célébrations) sont accessibles et peuvent être consultées via Tableau ([lien](#)).<sup>31</sup>

La carte donne un aperçu des quelque **3750 actifs connus** qui ont été identifiés dans l'ensemble du pays.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> La carte interactive est un outil dynamique qui offre des fonctionnalités supérieures à celles d'une carte statique. Les utilisateurs peuvent filtrer les données et passer la souris sur des actifs de musique en direct spécifiques pour révéler des détails tels que le nom de l'actif, la ville et la sous-catégorie, améliorant ainsi la profondeur et la convivialité de la visualisation, et la sous-catégorie, améliorant ainsi la profondeur et la facilité d'utilisation de la visualisation. À plus grande échelle, l'outil permet aux utilisateurs de saisir toute l'étendue des activités musicales en direct qui se déroulent à l'échelle nationale. Cette carte peut être mise à jour et complétée en permanence (par exemple, sur une base annuelle) si de nouvelles listes d'actifs sont partagées avec Nordicity.

<sup>32</sup> Il est important de noter quelques limites et contraintes de la carte spatiale. Tout d'abord, elle ne représente qu'un instantané dans le temps, car les actifs tels que les entreprises ou les lieux peuvent évoluer, déménager ou cesser leurs activités. En outre, la carte ne cherche pas à identifier des individus spécifiques, mais se concentre sur les actifs qui peuvent être identifiés par un numéro d'entreprise enregistré. Certaines catégories, telles que les restaurants et les bars qui accueillent occasionnellement des concerts, ont été identifiées à l'aide de listes d'associations industrielles plutôt que par des recherches individuelles, car il y a trop d'établissements généraux pour les identifier de manière exhaustive. Enfin, la carte spatiale n'inclut pas tous les biens identifiés lors de l'exercice d'identification des ressources, notamment ceux dont l'adresse n'est pas facilement accessible.

Bien que cette carte ne soit certainement pas exhaustive, elle indique que :

- Les infrastructures lourdes, telles que les salles de concert traditionnelles et les établissements de divertissement, sont principalement situées dans les zones urbaines, ce qui correspond en grande partie aux centres de population.
- Les festivals et les événements sont plus largement dispersés à travers le pays et ne se limitent pas aux zones urbaines. Il est reconnu que de nombreuses organisations de festivals ont investi dans des infrastructures permanentes dans leurs communautés respectives. Cependant, la carte spatiale montre que les vitrines et les célébrations ne se limitent pas à des lieux officiels, mais utilisent également des espaces ouverts tels que des champs et des parcs.
- Le travail et les activités liés à la musique ne se produisent pas uniquement dans les centres urbains. Les services professionnels liés à la production de musique (par exemple, la production musicale, l'aide à l'édition) sont plus dispersés à travers le pays, ce qui indique que l'industrie de la musique soutient l'emploi pour les Canadien-ne-s à la fois dans les contextes ruraux et urbains.

### 3.1.1 Données démographiques de la musique sur scène au Canada

Bien qu'il existe peu de données sur la répartition démographique de l'industrie de la musique sur scène spécifiquement, les données de l'enquête *Écoute Active*, ainsi que d'autres rapports sectoriels existants font la lumière sur la représentation dans le secteur.

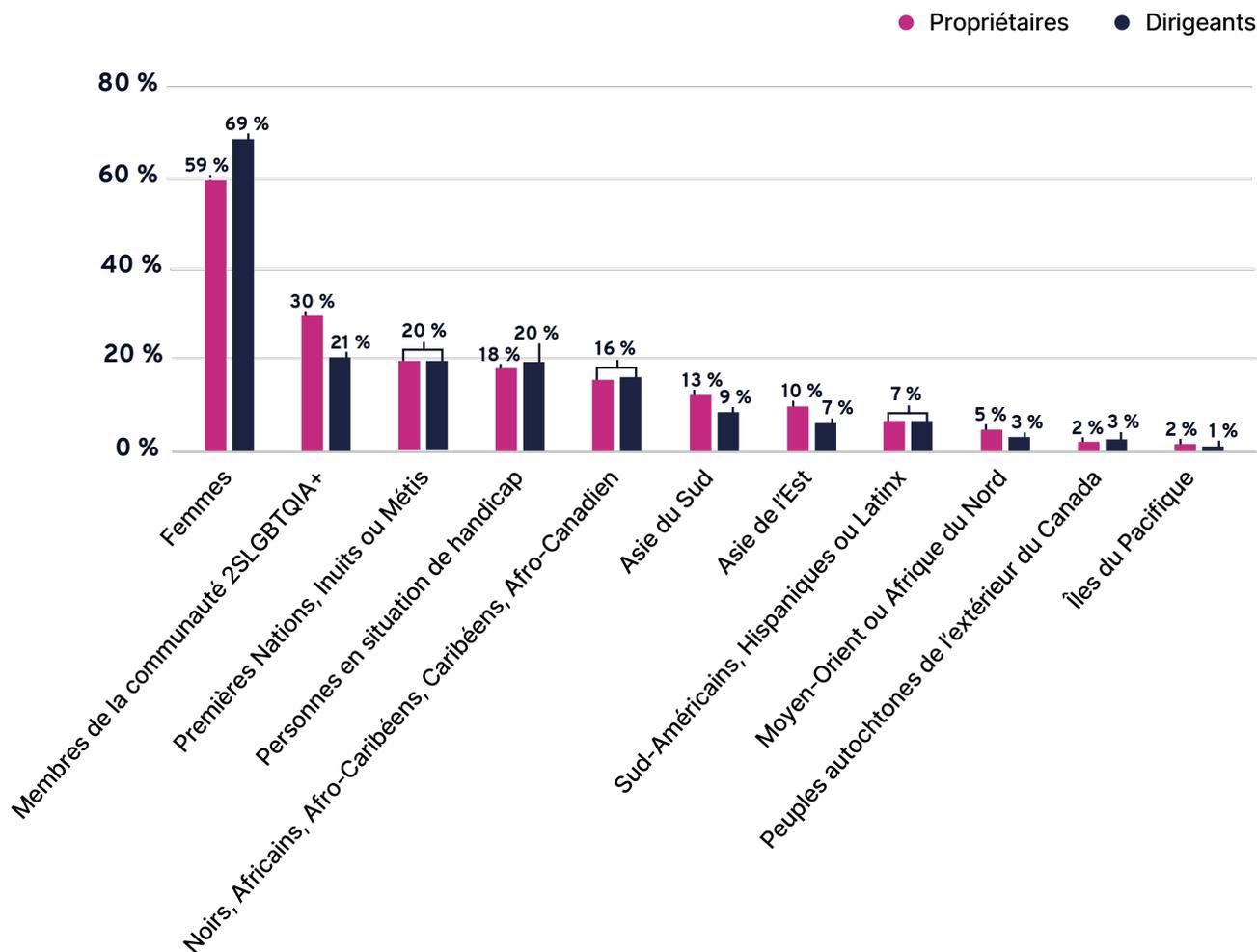
Les résultats de l'enquête indiquent que la majorité des entreprises sont détenues et dirigées par des femmes, 59 % des propriétaires d'entreprises et 69 % des dirigeant-e-s d'entreprises s'identifiant comme des femmes (voir figure 3 ci-dessous). En outre, 30 % des propriétaires d'entreprises et 35 % des dirigeant-e-s s'identifient comme des membres de la communauté 2SLGBTQ+.

En revanche, moins d'un tiers des propriétaires et dirigeant-e-s d'entreprise ayant répondu à l'enquête se sont identifié-e-s comme faisant partie d'un groupe méritant l'équité. Ces données, visualisées dans la Figure 3 ci-dessous, suggèrent que l'industrie fait des progrès en matière de représentation des sexes, mais que ces progrès ne sont pas toujours inclusifs pour les communautés IBPOC. Par exemple, seulement 21 % des femmes propriétaires d'entreprises et 24 % des femmes dirigeantes d'entreprises s'identifient comme autochtones, noires ou de couleur. L'enquête n'étant qu'un échantillon de l'industrie, il est recommandé de poursuivre les recherches sur ce sujet.



National Music Centre par Colin Way

Figure 3 : Diversité des propriétaires et des dirigeant·e·s d'entreprises musicales



n=184

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Les autochtones, les Noir·e·s et les personnes de couleur (IBPOC) sont globalement moins représentés dans l'industrie de la musique sur scène au Canada.<sup>33</sup> Selon *Réduire l'écart* — un rapport soulignant les défis et les inégalités dans la musique sur scène — un certain nombre d'obstacles systémiques continuent d'exister pour les travailleur·se·s de la musique sur scène IBPOC au Canada. Ces obstacles comprennent la sous-représentation dans les rôles de direction, les disparités de revenus et la progression de carrière.

Alors que les autochtones, les Noir·e·s et les personnes racialisées sont plus souvent représenté·e·s dans des rôles d'artistes, les répondants à l'enquête qui s'identifient comme des Blanc·he·s occupent plus souvent des postes d'entrepreneur·e·s et de propriétaires d'entreprises.<sup>34</sup> En ce qui concerne la situation professionnelle par race, les autochtones, les Noir·e·s et les personnes de couleur sont plus susceptibles d'occuper d'autres emplois en dehors de l'industrie de la musique sur scène pour subvenir à leurs besoins.

<sup>33</sup> CLMA. 2022. ["Closing the Gap: Impact & Representation of Indigenous, Black, and People of Colour Live Music Workers in Canada."](#)

<sup>34</sup> CLMA. 2022. ["Closing the Gap."](#)

En effet, selon un rapport récent d'ADVANCE, les personnes IBPOC travaillant dans l'industrie de la musique ont signalé une baisse significative de leurs salaires à la suite de la pandémie, et le pourcentage de travailleur-se-s qui dépendaient de sources de revenus extérieures à l'industrie de la musique pendant la pandémie a augmenté de manière significative.<sup>35</sup> En revanche, les personnes s'identifiant comme blanches sont plus fréquemment représentées parmi les travailleur-se-s à temps plein de l'industrie, ce qui suggère que les IBPOC peuvent être confrontés à de plus grandes difficultés pour accéder à des opportunités mieux rémunérées au sein de l'industrie.<sup>36</sup>

## 3.2 Événements scéniques au Canada

En 2023, l'industrie mondiale de la musique a connu une reprise vigoureuse après la pandémie, avec un chiffre d'affaires de 40 milliards de dollars à l'échelle mondiale, soit près du double des niveaux d'avant la pandémie. Le marché canadien de la musique a également augmenté de 12,2 %, atteignant 659,6 millions de dollars américains, ce qui en fait le huitième marché mondial de la musique. Cette augmentation marque la neuvième année consécutive de croissance du marché mondial de la musique.<sup>37</sup>

Cependant, les événements mondiaux de musique sur scène en 2024 n'ont pas atteint les performances prévues, ce qui s'est reflété dans plusieurs grands festivals en Amérique du Nord, tels que Coachella. En examinant le revenu par chambre disponible (RevPAR) dans les locations de vacances locales pendant les week-ends de festival, les chercheurs peuvent évaluer la performance globale du festival. Au-delà de la baisse des ventes de billets pour Coachella, les données ont révélé que les hébergements atteignaient 61 % de leur capacité, contre 72 % en 2023.<sup>38</sup>

Plusieurs facteurs peuvent contribuer à ce résultat. L'annulation de tournées et de festivals en raison de la baisse des ventes de billets, de l'augmentation des coûts et des incidences sur l'environnement a entraîné un déclin général de l'industrie, et les prix élevés pratiqués par les meilleurs artistes épuisent les budgets des fans, ce qui laisse moins d'argent aux artistes de milieu de gamme. Dans le même ordre d'idées, d'autres éléments tels que la hausse de l'inflation, l'augmentation des frais de visa et la pénurie de produits de base pour les tournées ont augmenté les coûts d'organisation des tournées. Les petites salles, qui sont essentielles pour les artistes émergent-e-s, ferment, ce qui réduit les possibilités de représentations à plus petite échelle. Enfin, bien que le marché soit saturé de tournées, de nombreux fans choisissent entre moins de spectacles, ce qui entraîne une surabondance de l'offre.

Les salles de spectacles et les festivals, les événements et les remises de prix au Canada jouent un rôle essentiel dans l'industrie de la musique sur scène du pays, en particulier en termes de revenus, de dépenses, de bénéfiques et de dynamique de la main-d'œuvre. Les résultats de l'enquête indiquent que les organisateur-riche-s et promoteur-riche-s de concerts canadiens ont présenté environ 18 945 spectacles de musique sur scène au Canada en 2023 – ce qui, de manière prudente, correspond à environ 50 spectacles par jour dans l'ensemble du pays.

---

<sup>35</sup> ADVANCE. 2022. "[Industry Analysis & The Value of Black Music In Canada.](#)"

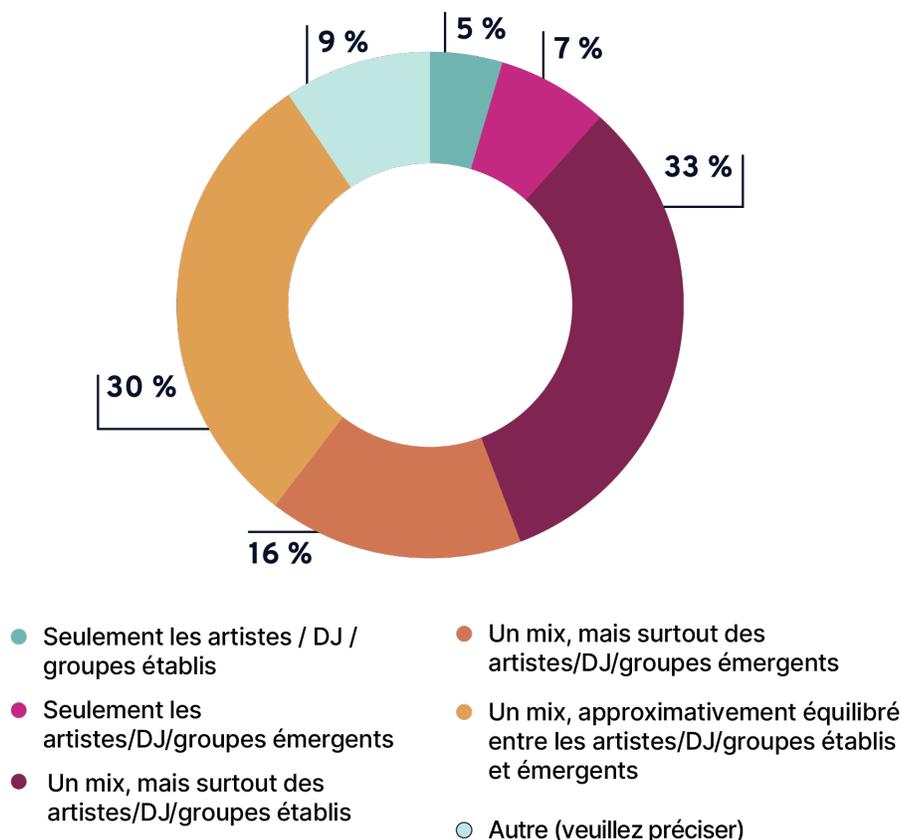
<sup>36</sup> CLMA. 2022. "Closing the Gap."

<sup>37</sup> IFPI. 2024. "[Global Music Report 2024.](#)"

<sup>38</sup> Lamba, G. 2024. "[Coachella vs. Stagecoach Impact on Short-Term Rentals.](#)"

Les lieux de diffusion au Canada présentent une gamme variée de types de spectacles musicaux, la grande majorité (79 %) des établissements présentant un mélange de spectacles de musique émergente et de musique établie. Environ 33 % des établissements qui présentent une combinaison de spectacles de musique émergente et de musique établie présentent principalement des spectacles de musique établie, et 33 % présentent une combinaison de spectacles de musique émergente et de musique établie. Le graphique ci-dessous illustre la répartition des types de spectacles musicaux dans les établissements canadiens.

**Figure 4 : Types de spectacles musicaux dans les établissements canadiens**



n=43

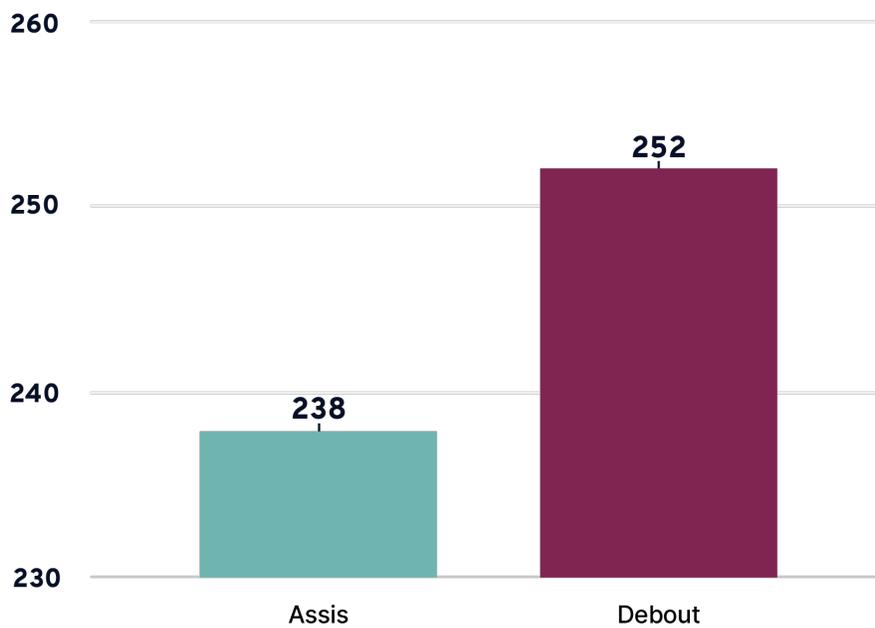
Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Les salles de spectacle au Canada ont une capacité maximale moyenne estimée à 238 personnes pour les spectacles assis et à 252 personnes pour les spectacles debout, comme le montre le graphique ci-dessous.



Biltmore Cabaret par Bruno Martin del Campo

**Figure 5 : Capacité moyenne des salles, Canada 2023**



*n=43*

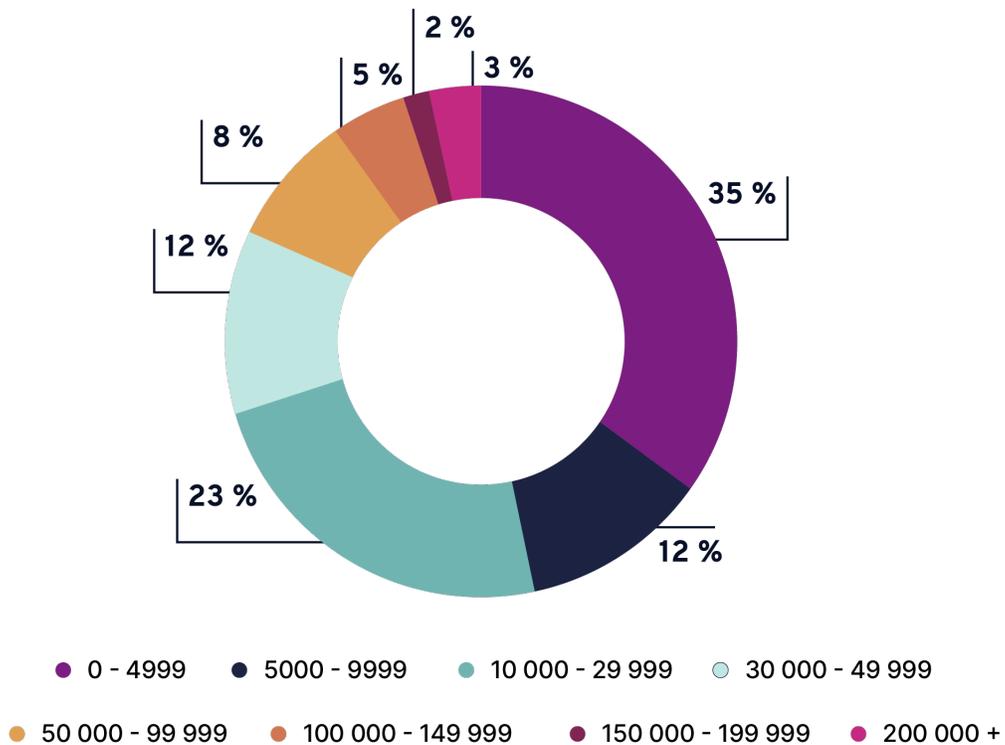
Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Les résultats de l'enquête indiquent que les salles au Canada ont accueilli en moyenne 119 spectacles chacune en 2023, avec un taux de fréquentation moyen d'environ 64 %. Compte tenu de la capacité des salles de spectacle mentionnée ci-dessus, le spectacle de musique assis moyen au Canada attire environ 152 personnes, et le spectacle debout moyen, environ 160 personnes.

Les festivals, événements et remises de prix au Canada varient grandement en termes de capacité et de durée. En 2023, on estime que les festivals, événements et remises de prix ont accueilli un total de 10,02 millions de personnes, dont 59 % ont acheté des billets.

Près de la moitié (47 %) des festivals, événements et remises de prix ont accueilli moins de 10 000 personnes en 2023, et plus d'un tiers (35 %) ont accueilli entre 10 000 et 50 000 personnes.

**Figure 6 : Répartition des festivals, événements et remises de prix en fonction de la fréquentation en 2023**



n=60

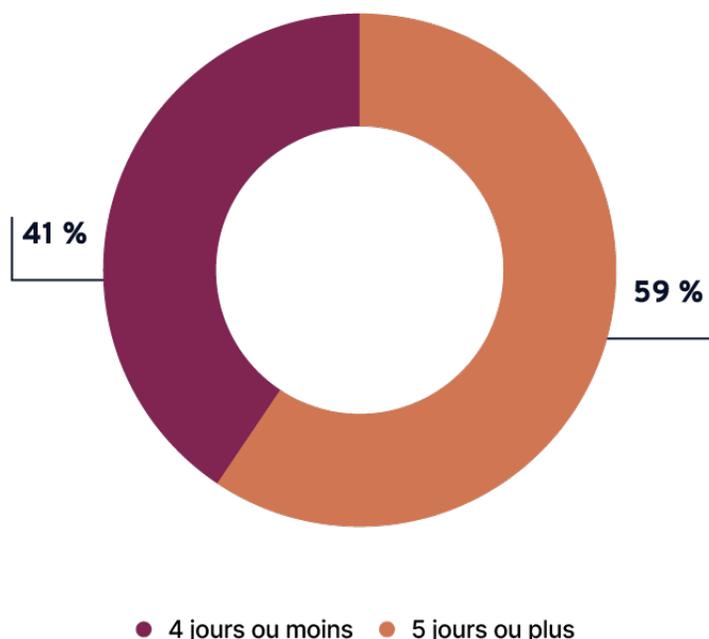
Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

La majorité (59 %) des festivals, événements et remises de prix canadiens en 2023 durent quatre jours ou moins.



(Mitski au) Massey Hall par Nick Wons

**Figure 7 : Durée en jours des festivals, événements et remises de prix canadiens en 2023**



*n=59*

*Source : Nordicity, enquête Écoute Active*

Ces statistiques constituent une base de référence pour suivre les tendances futures en ce qui concerne l'ampleur et la durée des événements musicaux au Canada. Avec près de la moitié des événements accueillant moins de 10 000 personnes, il semble y avoir une préférence pour les rassemblements plus intimes, ce qui pourrait refléter des changements dans l'engagement du public et des considérations logistiques. De plus, la proportion importante d'événements attirant entre 10 000 et 50 000 personnes suggère un marché sain pour les événements de moyenne envergure. La prédominance d'événements de courte durée, ne dépassant pas quatre jours, peut indiquer que les organisateur-ric-e-s préfèrent maximiser l'impact de leur événement sans trop solliciter les ressources humaines et financières, qui sont plus importantes pour les événements de plus longue durée. Dans l'ensemble, ces statistiques mettent en évidence un secteur de la musique sur scène qui se targue d'une grande diversité d'offres d'événements en termes de taille et de durée.

### **3.3 Nuances selon les régions**

Comme le montre la carte des actifs de la musique sur scène de la section 3.1, l'industrie canadienne de la musique sur scène est aussi vaste et diversifiée que la géographie du pays. Les différentes régions du Canada vivent le secteur de la musique sur scène de différentes façons. Par exemple, un-e travailleur-se de la musique sur scène à Montréal évolue dans un contexte très différent de celui d'un-e travailleur-se de la musique sur scène à Thunder Bay ou à Yellowknife.

Des tables rondes régionales ont été organisées pour mieux comprendre (qualitativement) le secteur de la musique sur scène au Canada. Les descriptions ci-dessous ne constituent pas nécessairement un compte rendu exhaustif de l'industrie de la musique sur scène dans chaque région, mais soulignent plutôt quelques nuances régionales uniques qui influencent la forme et la taille de l'industrie dans les différents coins du pays.

### 3.3.1 Ontario

L'Ontario est le plus grand marché de la musique au Canada, avec Toronto au centre de l'industrie musicale canadienne. Bien que Toronto reste la plaque tournante de la musique sur scène en Ontario, les professionnel-le-s de la musique ont noté, lors des tables rondes, que les activités musicales se déplacent de plus en plus dans les banlieues tentaculaires de la région du Grand Toronto (RGT) et dans les villes avoisinantes. Des municipalités ontariennes comme Mississauga,<sup>39</sup> Hamilton<sup>40</sup> et London<sup>41</sup> ont toutes pris des mesures concrètes pour renforcer leur capacité en matière de musique sur scène afin de les aider à prospérer en tant que villes musicales indépendantes de la force d'attraction de Toronto. Les répondant-e-s ont indiqué que des tournées plus nombreuses et plus importantes choisissent de s'arrêter en périphérie de la RGT, ce qui a contribué à accroître le niveau d'accès dont les publics de ces marchés peuvent jouir au sein de leurs collectivités. La carte des actifs (section 3.1) indique que l'Ontario a une concentration d'actifs pour la musique sur scène par habitant inférieure à la moyenne par rapport à d'autres petits marchés canadiens, mais cela peut être contrebalancé par la taille et la capacité relativement plus grandes de nombreuses salles et entreprises de l'Ontario.

Les répondant-e-s considèrent également que le sud de l'Ontario est peut-être le marché de tournée le plus facilement viable au Canada pour les artistes en tournée et les petites et moyennes salles, en raison de la densité de la population, de la proximité de plusieurs grands marchés de la musique et de la proximité des États-Unis. Cela dit, l'Ontario possède un solide écosystème de festivals qui s'étend à l'ensemble de la province — et pas seulement aux villes du sud de l'Ontario — et qui comprend le Festival of Sound à Parry Sound et Wake the Giant à Thunder Bay, pour ne citer que ceux-là.

### 3.2.1 Québec

Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie du Québec notent que la musique francophone constitue l'expérience musicale sur scène la plus recherchée dans la majeure partie du Québec, en particulier à l'extérieur de Montréal. L'émergence d'un courant dominant dans la musique francophone québécoise correspond aux objectifs des mécanismes de soutien public du gouvernement provincial en termes de financement des artistes francophones et des activités musicales scéniques. À l'instar de l'Ontario, la scène festivalière du Québec est également célébrée, avec des festivals bien établis comme Osheaga et de nouveaux événements comme Lasso, qui connaissent un succès retentissant.<sup>42</sup> Non seulement les festivals permettent de célébrer la culture québécoise et francophone, mais ils constituent un important lieu de formation pour les artistes émergent-e-s, les organisateur-ric-e-s, les promoteur-ric-e-s, les technicien-ne-s, les agent-e-s et d'autres postes de l'industrie de la musique sur scène.

### 3.3.3 Colombie-Britannique

Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie de la Colombie-Britannique (C.-B.) soulignent la diversité de la province en termes d'origines culturelles et ethniques, de styles musicaux, de régionalité et de répartition entre zones urbaines et rurales. Les principaux centres de population de la province, comme le Grand Vancouver et le Grand Victoria, ont des économies musicales bien établies avec une représentation de l'industrie traditionnelle, et peuvent accueillir et attirer de grands artistes en tournée. Vancouver compte une forte proportion de lieux de musique sur scène « occasionnels », selon la carte des actifs (section 3.1),

---

<sup>39</sup> City of Mississauga. 2023. "[Mississauga Music Strategy.](#)"

<sup>40</sup> City of Hamilton. 2020. "[Re:Venues: A Case for Hamilton's Live Music Industry.](#)"

<sup>41</sup> City of London. N.d. "[London City of Music.](#)"

<sup>42</sup> Canada Billboard. 2024. "[SZA, Tyla, Green Day, RAYE & More: Highlights From Osheaga 2024.](#)"

ce qui semble correspondre à la vitalité continue de l'industrie malgré la perte constante de lieux de musique sur scène dans la ville en raison du développement.<sup>43</sup>

Par ailleurs, la musique locale est au cœur de l'identité culturelle de nombreuses petites communautés de la Colombie-Britannique, en particulier dans les régions de l'intérieur et de l'île de Vancouver. Un professionnel de l'industrie a décrit la communauté musicale rurale de la Colombie-Britannique comme un écosystème de « champignons », où de nouveaux événements musicaux et festivals d'été continuent d'apparaître presque chaque année, et sont accueillis par leurs communautés avec un sentiment de fierté locale. Les participant-e-s à la table ronde notent également que la topographie variée de la Colombie-Britannique rend particulièrement difficile l'accès des petits marchés comme le nord de la province et les îles du Golfe aux fournitures et aux infrastructures nécessaires aux activités musicales scéniques. Les communautés plus petites et plus éloignées comptent souvent sur leur propre ingéniosité en termes de partage des ressources et de collaboration.

### **3.3.4 Prairies (Alberta, Saskatchewan, Manitoba)**

Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie des provinces des Prairies (Alberta, Saskatchewan et Manitoba) notent une énergie entrepreneuriale et artisanale (*DIY*) importante dans les Prairies, où les artistes s'entraident et collaborent entre les genres et les supports. Ces activités s'appuient sur des soutiens locaux tels que des associations industrielles fortes et un noyau de promoteur-riche-s dans chaque ville. La carte des actifs (voir section 3.1) révèle une présence relativement forte d'associations sectorielles et d'autres rôles de soutien professionnel à la musique sur scène (p. ex. promoteur-riche-s) dans les Prairies, en particulier en Alberta et au Manitoba, ce qui indique que la musique sur scène a de fortes répercussions sur l'emploi dans ces provinces, même à l'extérieur des centres de population denses. Alors que les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie indiquent une pénurie de lieux dédiés à la musique sur scène, la carte des actifs indique que les Prairies, comme la Colombie-Britannique, ont également une forte proportion de lieux de musique sur scène « occasionnels » et de festivals de musique, en particulier au Manitoba et en Saskatchewan. Cette utilisation d'espaces « occasionnels » s'aligne sur l'éthos artisanal et entrepreneurial des Prairies que les participant-e-s aux tables rondes ont mentionné.

Alors que la migration continue d'amener de nouveaux arrivants vers l'ouest, les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent que les frontières entre les genres qui définissent la « musique des Prairies » sont en train de changer. Bien que le country, le rock et le folk restent des genres prédominants, les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie ont observé une diversité croissante des genres dans les villes des Prairies, comme une scène afro-beat émergente construite autour d'une communauté musicale noire en plein essor. Étant donné que le marché de la musique est plus petit dans les Prairies, les participant-e-s aux tables rondes notent qu'il y a moins d'arrêts importants pour les tournées — en particulier au Manitoba et en Saskatchewan — et que la distance par rapport aux autres grands marchés urbains tend à réduire la probabilité de *booking* de proximité.

### **3.3.5 Canada atlantique**

Les provinces atlantiques de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de Terre-Neuve-et-Labrador ont chacune leur caractère et leur culture propres. Cependant, elles forment ensemble une scène musicale cohérente au Canada atlantique, où le public et les artistes se déplacent et se produisent fréquemment dans toute la région. Le Canada atlantique peut avoir du mal à obtenir des tournées de grands artistes en raison des coûts et des problèmes d'accès au marché, ce qui a contribué à favoriser une forte communauté d'artistes locaux. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent que le public est très intéressé par les artistes locaux et les soutient, ce qui permet à ces artistes de

---

<sup>43</sup> CTV News. 2023. ["Vancouver artist creates open-source map of lost spaces, struggling community latches on."](#)

s'établir dans les provinces de l'Atlantique en tant que « vedettes régionales ». Bien que certains de ces artistes puissent éventuellement quitter le Canada atlantique pour des marchés plus importants, beaucoup d'entre eux restent pour bâtir leur carrière dans la région.

La forte culture des festivals locaux et régionaux est également une opportunité de marché identifiée de mai à septembre. Les grandes villes comme Halifax et Fredericton sont des marchés de tournée particulièrement viables grâce à leurs grandes communautés d'étudiant-e-s de l'enseignement postsecondaire. La forte présence d'associations de l'industrie de la musique aide à soutenir les tournées dans les petits marchés et à encourager les talents locaux et régionaux. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent en particulier que l'importante communauté francophone du Nouveau-Brunswick apporte une diversité linguistique et musicale à la scène musicale du Canada atlantique, tout en présentant des défis politiques uniques liés à la répartition du soutien financier entre deux courants linguistiques. Par ailleurs, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador jouissent toutes deux d'une concentration d'actifs de musique sur scène supérieure à la moyenne, peut-être en partie grâce à des initiatives de financement de lieux culturels spécialisés comme la Subvention pour les lieux des arts de la scène à l'Île-du-Prince-Édouard et le Fonds pour l'infrastructure et les programmes artistiques à Terre-Neuve-et-Labrador.<sup>44</sup>

### **3.3.6 Nord du Canada (Yukon, Territoires du Nord-Ouest, Nunavut)**

L'industrie de la musique sur scène dans les territoires du Nord canadien se nourrit de la résilience et de la créativité des communautés locales. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie basées dans le nord du Canada qualifient leur scène musicale de réseau de soutien composé de « rêveurs et d'acteurs », ce qui contribue à la rendre plus accessible aux artistes émergent-e-s. Par rapport à leurs homologues du Sud, les expériences des travailleur-se-s de la musique sur scène dans les communautés du Nord sont ancrées dans la réalité de leur géographie éloignée, souvent confrontées au coût élevé des tournées dans les marchés du Nord, à un accès limité à la large bande et à des événements météorologiques extrêmes qui ont un impact sur les lignes d'approvisionnement. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent un esprit de collaboration et de débrouillardise qui prévaut, les travailleur-se-s de la musique sur scène du Nord adoptant une mentalité de « marée montante qui soulève tous les bateaux » pour parvenir à un écosystème de la musique sur scène prospère, surmontant les obstacles logistiques en se soutenant les uns les autres, par exemple en partageant les ressources et l'équipement par le biais des plateformes de médias sociaux. En termes d'actifs de musique sur scène, par rapport aux provinces, chacun des trois territoires maintient une proportion très élevée d'actifs de musique sur scène en fonction de leur population, ce qui suggère une forte concentration continue sur la préservation d'expériences culturelles communautaires vibrantes.

Certain-e-s artistes émergent-e-s sont contraint-e-s de faire face à des opportunités de croissance limitées en se déplaçant du Nord vers de plus grands marchés au Sud, mais en général, les participant-e-s aux tables rondes notent un fort soutien local pour les artistes afin qu'ils et elles prospèrent dans leur propre environnement. Par ailleurs, un participant a déclaré que « les festivals ne sont pas seulement des festivals ici », notant un niveau élevé de sensibilisation et d'organisation communautaire qui a lieu en même temps que les éléments musicaux. De nombreux artistes et organisateur-ice-s adoptent également une approche multidisciplinaire dans la programmation de leurs festivals et événements, mêlant la musique aux arts visuels et à d'autres offres artistiques, ce qui enrichit l'engagement du public tout en exploitant la force des travailleur-se-s artistiques dans d'autres secteurs.

---

<sup>44</sup> Gouvernement de Terre-Neuve et du Labrador. N.d. "[Funding Programs – Culture.](#)" Les statistiques sur le nombre de lieux qui profitent de ces subventions sont un domaine de recherche futur.

### 3.4 Musique chez les communautés autochtones

Les communautés autochtones sont aussi vastes et diverses que le pays lui-même. Cependant, il existe plusieurs similitudes importantes dans les expériences des travailleur·se·s de la musique autochtone qui cherchent à renforcer leurs capacités au sein de leurs propres communautés et à pénétrer l'industrie dominante. Si de nombreux artistes autochtones à succès ont trouvé le moyen de tracer leur propre voie au sein d'un écosystème musical majoritairement colonisé, il existe également un segment croissant de l'industrie musicale dirigé par des autochtones. Les percées réalisées par des organisations telles que l'Indigenous Music Office et des étiquettes autochtones comme Land Back Records, Red Music Rising et Ishkōdé Records contribuent à créer de nouvelles et plus grandes opportunités pour élever davantage d'artistes autochtones, tant dans l'industrie du disque que dans celle de la scène. Les plateformes d'écoute en continu et d'autres outils de découverte émergents comme TikTok ont également contribué à créer des opportunités pour les artistes autochtones de se faire connaître, en particulier ceux et celles des communautés isolées, nordiques et/ou des réserves rurales. Bien qu'il existe plusieurs moyens non économiques de mesurer la valeur des œuvres culturelles, APTN a constaté en 2018 que la musique autochtone contribue à elle seule à hauteur de près de 78 millions de dollars au PIB du Canada chaque année.<sup>45</sup>

En ce qui concerne les activités musicales autochtones plus traditionnelles, comme les pow-wow, les professionnel·le·s de l'industrie musicale autochtone constatent un fossé entre le modèle « capitaliste extractif » qui consiste à mesurer les activités musicales en termes de production économique et les modèles autochtones traditionnels qui comprennent la valeur de la musique dans la communauté – qui n'est pas aussi facilement mesurable. Les activités musicales traditionnelles ont souvent une valeur monétaire, mais la mesure de cette seule valeur ne tient pas compte de la valeur sociale profonde et intrinsèque que ces activités apportent à la communauté (par exemple, en accompagnant la danse du tambour, les jeux de mains et d'autres expériences culturelles). Les participant·e·s aux tables rondes ont également identifié une fausse dichotomie entre les activités musicales traditionnelles et commerciales dans les communautés autochtones; avec un meilleur accès à l'industrie musicale commerciale, les artistes et les pourvoyeurs de musique traditionnelle autochtone profiteraient également des opportunités de succès commercial.

Dans l'ensemble, les participant·e·s autochtones aux tables rondes soulignent le rôle unique que jouent les artistes et les professionnel·le·s de la musique autochtone dans l'écosystème de la musique sur scène. Ce rôle est centré sur la narration des histoires des premiers peuples de cette terre et sur l'affirmation de la souveraineté nationale. Les artistes et les professionnel·le·s autochtones sont particulièrement bien équipés pour présenter ces récits culturels, en mettant en avant des facettes de l'expression qui affirment leur identité et leur souveraineté, se taillant ainsi une présence significative et distincte dans l'industrie.

### 3.5 Profil financier : Revenus, dépenses et main-d'œuvre de l'industrie

L'industrie canadienne de la musique sur scène est un moteur économique qui génère des revenus et contribue à la main-d'œuvre dans le pays. Cette section dresse un profil financier de l'industrie de la musique sur scène au Canada, en mettant en évidence ses revenus, ses dépenses et certaines dynamiques de la main-d'œuvre. L'examen de ces éléments aidera à montrer l'environnement financier et la main-d'œuvre qui influencent l'impact économique global de l'industrie.

---

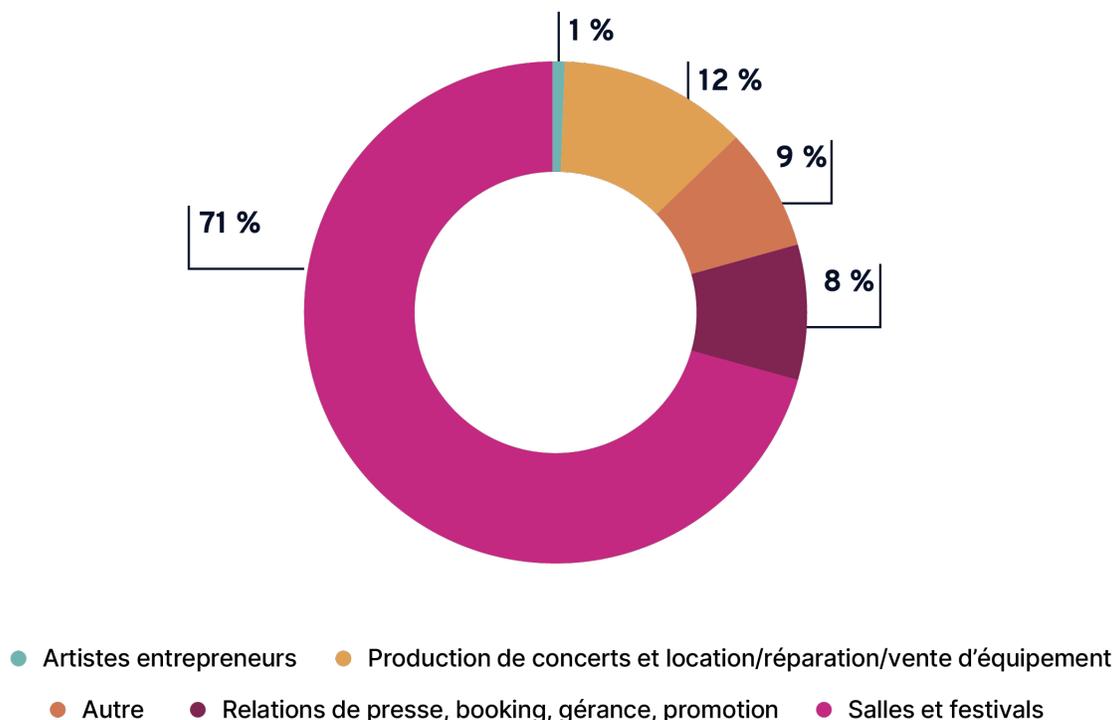
<sup>45</sup> APTN. 2018. ["National Indigenous Music Impact Study."](#)

### 3.5.1 Revenus

En extrapolant les données recueillies dans le cadre de l'enquête *Écoute Active*, Nordicity estime que les entreprises de musique sur scène (à but lucratif et non lucratif) au Canada ont rapporté un total de 1,88 milliard de dollars de revenus en 2023. Ce total est composé de revenus provenant de cinq types d'entreprises différentes, les salles et les festivals représentant 70 %. Les différences observées dans ces pourcentages sont dues à la nature de ces entreprises. Par exemple, les salles de spectacles et les festivals sont en mesure de générer des revenus à partir de sources multiples au-delà de la vente de billets, comme les services de restauration, les marchandises, les commandites et autres; les artistes entrepreneur-se-s s'appuient sur les cachets de représentation, qui peuvent représenter une part fixe des recettes de billetterie et être limités par la fréquence des représentations, la portée du public et la demande pour leur musique. Par conséquent, ces données impliquent que le potentiel de revenus d'une entreprise dépend de son type et que toutes les entreprises n'ont pas le même potentiel de revenus.

Le graphique ci-dessous présente une représentation visuelle de la contribution des différents types d'entreprises ou d'organisations du secteur de la musique sur scène au Canada au revenu total du secteur en 2023.

**Figure 8 : Répartition de la part des revenus du secteur de la musique sur scène en 2023 par type d'entreprise ou d'organisation<sup>46</sup>**



n=392

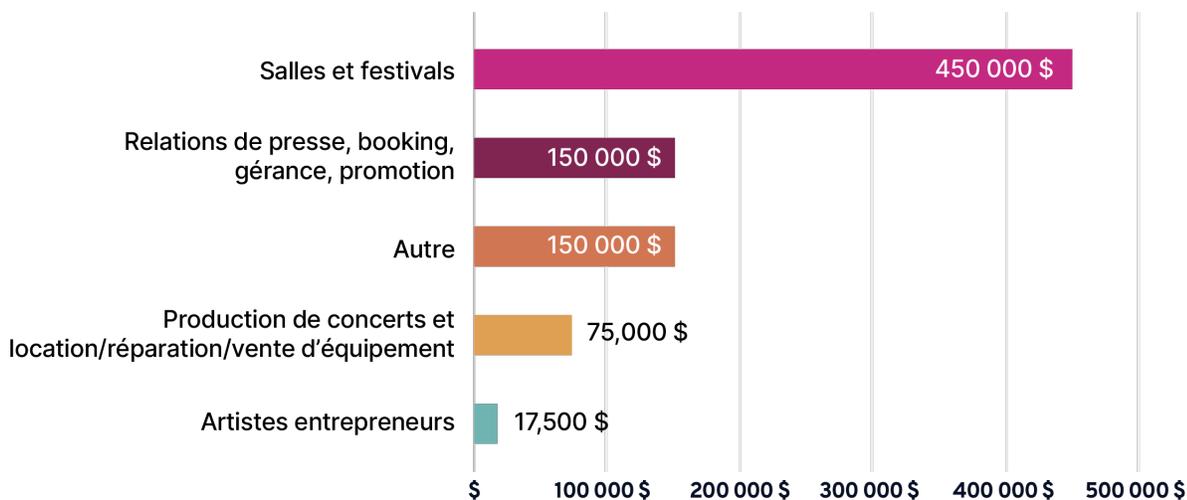
Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

<sup>46</sup> Il convient de noter que les organisations classées dans la catégorie « autres » comprennent les organisations commerciales et industrielles, les associations professionnelles, les cabinets de conseil et les entreprises à multiples facettes.

En 2023, les festivals et les salles de spectacles avaient le revenu médian le plus élevé, soit 450 000 dollars pour l'année, tandis que les artistes entrepreneur-se-s avaient le revenu médian le plus bas en 2023, soit 17 500 dollars. Ces différences marquées de revenus suggèrent qu'une part importante des revenus de la musique sur scène va aux entreprises qui traitent directement avec le public et les spectateur-ric-e-s – ce qui indique que plus une entreprise peut se rapprocher du public, plus son potentiel de revenus est important.

Le graphique ci-dessous donne une représentation visuelle du revenu annuel médian en 2023 pour les divers types d'entreprises et d'organismes de musique sur scène au Canada.

**Figure 9 : Revenu annuel médian des entreprises (2023), par catégorie**



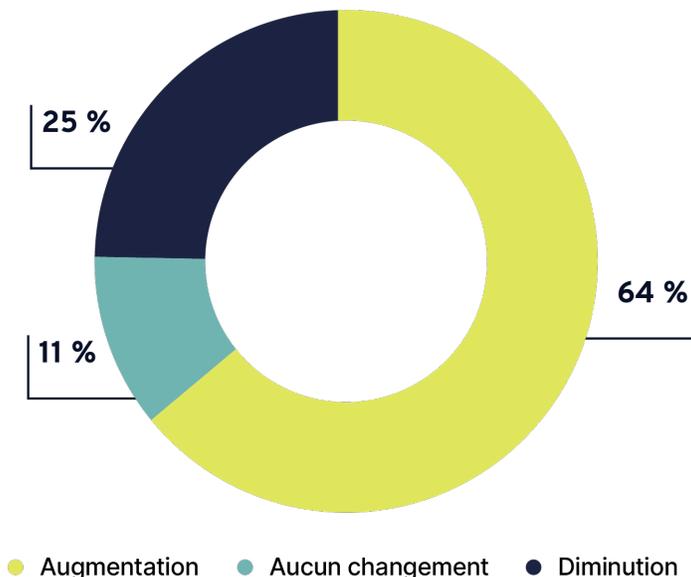
*n=392*

*Source : Nordicity, enquête Écoute Active*

Les niveaux de revenus ont varié entre 2023 et l'année précédente. Environ **64 % des entreprises ont vu leurs revenus augmenter entre 2022 et 2023**, et plus d'un tiers d'entre elles (34 %) ont déclaré une croissance de 25 % ou plus, ce qui témoigne d'une industrie très résiliente qui s'est efforcée de rétablir les services et les opérations après des années de perturbation. Le graphique ci-dessous montre comment les revenus des entreprises de musique sur scène au Canada ont évolué entre 2022 et 2023. Cette croissance peut être attribuée à de nombreux facteurs, mais il est probable qu'elle soit (au moins en partie) le résultat d'une reconstruction continue dans les années qui ont suivi la pandémie, à mesure que l'offre d'événements et de services liés à la musique sur scène est revenue et a rebondi. Un autre facteur probable est l'inflation, étant donné que l'indice des prix à la consommation (IPC) du Canada a augmenté de 3,9 % en 2023.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Statistique Canada. 2024. « [Indice des prix à la consommation : revue annuelle](#) » 2023

Figure 10 : Évolution des revenus des entreprises de musique sur scène, 2022 à 2023



n=433

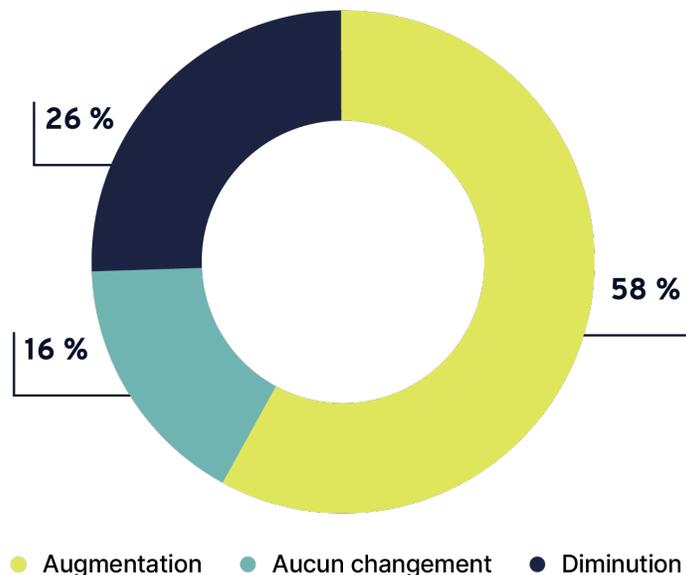
Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

En outre, la majorité des entreprises de musique sur scène au Canada s'attendent à ce que leurs revenus finaux de 2024 augmentent de nouveau; cependant, il est important de noter que l'augmentation des revenus peut ne pas se traduire par une augmentation des dépenses, car les entreprises font face à une incertitude économique continue (voir la section 3.5.3 Main d'œuvre pour plus de détails). Plus de la moitié (58 %) des entreprises de musique sur scène s'attendent à ce que leur revenu final de 2024 augmente par rapport à celui de 2023, un cinquième d'entre elles prévoyant une croissance de 25 % ou plus. À l'inverse, 42 % des entreprises ne prévoient aucun changement ou une diminution de leur chiffre d'affaires, tandis que la moitié des entreprises qui prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires en 2024 s'attendent à une croissance de 10 % ou moins. Le graphique ci-dessous donne une représentation visuelle de la manière dont les revenus des entreprises de musique sur scène devraient évoluer entre 2023 et 2024.



Shambhala Music Festival par Brette Culp

Figure 11 : Évolution prévue du chiffre d'affaires des entreprises de musique sur scène, 2023 à 2024



n=433

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

En général, ces tendances de croissance du chiffre d'affaires peuvent indiquer une reprise économique et un rebond de la demande des consommateur·rice·s dans le secteur de la musique sur scène. La tendance mondiale des consommateur·rice·s à privilégier les expériences, les divertissements et les loisirs par rapport à d'autres dépenses, connue sous le nom d'« économie de l'expérience », contribue probablement de manière significative à l'amélioration de la demande des consommateur·rice·s.<sup>48</sup>

Cependant, les augmentations de revenus peuvent refléter la nécessité pour les entreprises d'ajuster leurs prix pour couvrir des coûts d'exploitation plus élevés en raison des taux d'inflation élevés dans les années qui ont suivi la pandémie. L'inflation peut également conduire à une plus grande sélectivité de la part des consommateur·rice·s, ce qui pourrait entraîner des fluctuations de revenus à l'avenir. Alors que le secteur de la musique sur scène continue à se reconstruire, les entreprises du secteur pourraient devoir explorer des stratégies innovantes pour compenser les pressions économiques qui ont tendance à tempérer l'enthousiasme des consommateur·rice·s.

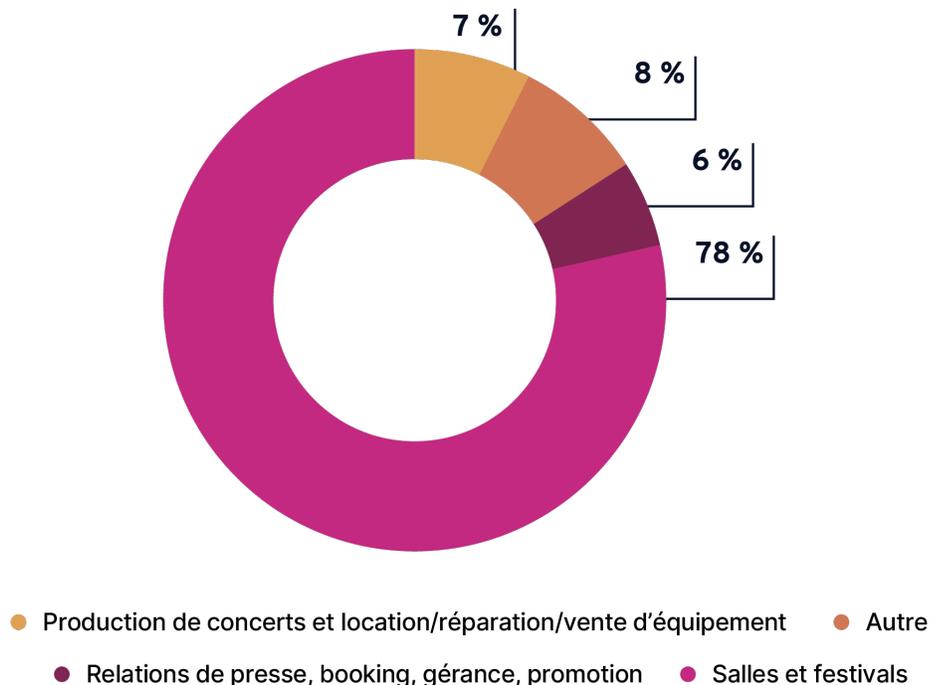
### 3.5.2 Dépenses

Nordicity estime que **les entreprises de musique sur scène (à but lucratif et non lucratif) ont dépensé un total de 1,65 milliard de dollars en 2023**. Les dépenses des festivals et des salles représentent la plus grande part, soit environ 79 %, tandis que les artistes entrepreneur·se·s représentent la plus petite part, soit moins de 1 %. Il faut garder à l'esprit que les dépenses opérationnelles d'une entreprise dépendent du type d'entreprise (par exemple, un festival) et que toutes les entreprises ne doivent pas dépenser le même montant. Par exemple, il est beaucoup plus coûteux de gérer un festival ou d'exploiter une salle de spectacle que de gérer une société de gestion musicale.

<sup>48</sup> Bloomberg. 2024. ["Sports and Music Tourism Will Soon Represent a \\$1.5 Trillion Economy."](#)

Le tableau ci-dessous présente une représentation visuelle de la contribution des différents types d'entreprises/organisations de musique sur scène au Canada aux dépenses totales de l'industrie en 2023.

**Figure 12 : Répartition des dépenses liées à la musique sur scène en 2023 par type d'entreprise ou d'organisation**



n=392

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

La plus grande partie des dépenses liées à la musique sur scène en 2023 est consacrée aux salaires et avantages sociaux des employé-e-s et aux coûts de programmation, suivis par les coûts des événements, la location de matériel technique, le marketing, les loyers et les dépenses classées dans la catégorie « autres ». Le tableau ci-dessous présente une ventilation des dépenses totales en 2023 par catégorie de dépenses.



*Drake Underground par Louisa Nicolau*

**Tableau 4 : Ventilation des dépenses totales de l'industrie de la musique sur scène en 2023, par catégorie de dépenses**

Catégories de dépenses	% des dépenses totales
Salaires et avantages sociaux des employé-e-s	29,05 %
Loyer	4,33 %
Services publics	1,87 %
Marketing	5,62 %
Transport	0,35 %
Hébergement	0,14 %
Assurances	2,10 %
Achat de technologie fixe (par exemple, éclairage, matériel de sonorisation)	2,11 %
Location de technologie fixe (par exemple, éclairage, matériel de sonorisation)	6,41 %
Frais de licence (par exemple, SOCAN)	1,08 %
Frais d'entretien des installations	2,74 %
Billetterie	2,13 %
Frais reliés au bar et/ou restaurant	3,98 %
Développement des artistes	1,59 %
Frais de programmation (c'est à dire cachets des artistes)	18,18 %
Autres frais pour les événements	9,58 %
Autres services professionnels	3,10 %
Services immobiliers	0,32 %
Autres dépenses	5,32 %

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

La nature des dépenses annuelles des entreprises ou des organisations varie selon le type. Par exemple, en 2023, tous les types d'organisations et d'entreprises ont consacré la plus grande part de leurs dépenses totales à la main-d'œuvre canadienne; toutefois, les entreprises de production de musique sur scène et les entreprises de location/réparation/vente d'équipement ont consacré 47 % de leurs dépenses à cette catégorie, tandis que les artistes entrepreneur-se-s ont consacré moins de 30 % de leurs dépenses à cette catégorie. Les salles et les festivals ont consacré la plus faible part de leurs dépenses totales à la main-d'œuvre canadienne, mais à l'inverse, ils ont dépensé l'une des parts les plus élevées des coûts de programmation (20 %) de tous les types d'entreprises. Les relationnistes, les *bookers*, les gérant-e-s et les promoteur-ric-e-s ont consacré environ 22 % de leurs dépenses totales aux coûts de programmation (c'est-à-dire au paiement des artistes), ce qui représente la proportion la plus élevée de dépenses payées dans cette catégorie parmi tous les types d'entreprises.

Le tableau ci-dessous présente une ventilation des dépenses des différents types d'entreprises de musique sur scène au Canada en 2023.

**Tableau 5 : Ventilation des dépenses des entreprises de musique sur scène, Canada 2023**

	Artistes Entrepreneur·se·s	Production de musique sur scène et location/réparation/vente d'équipement	Relationnistes, <i>bookers</i> , gérant·e·s, promoteur·rice·s	Salles et festivals	Autres
Main-d'œuvre canadienne	29 %	47 %	39 %	26 %	35 %
Loyer		9 %	7 %	3 %	8 %
Services publics			1 %	2 %	1 %
Marketing	11 %	6 %	10 %	5 %	10 %
Transport	15 %		2 %		3 %
Hébergement	7 %		1 %		1 %
Assurances	5 %	4 %	1 %	2 %	2 %
Achat de technologie		4 %		2 %	
Location de technologie	5 %	13 %		7 %	4 %
Licences (par exemple, SOCAN)				1 %	1 %
Entretien des installations				3 %	1 %
Billetterie	2 %			3 %	
Frais reliés au bar et/ou restaurant	2 %			4 %	6 %
Développement des artistes				2 %	
Frais de programmation			22 %	20 %	12 %
Autres frais pour les événements			9 %	11 %	8 %

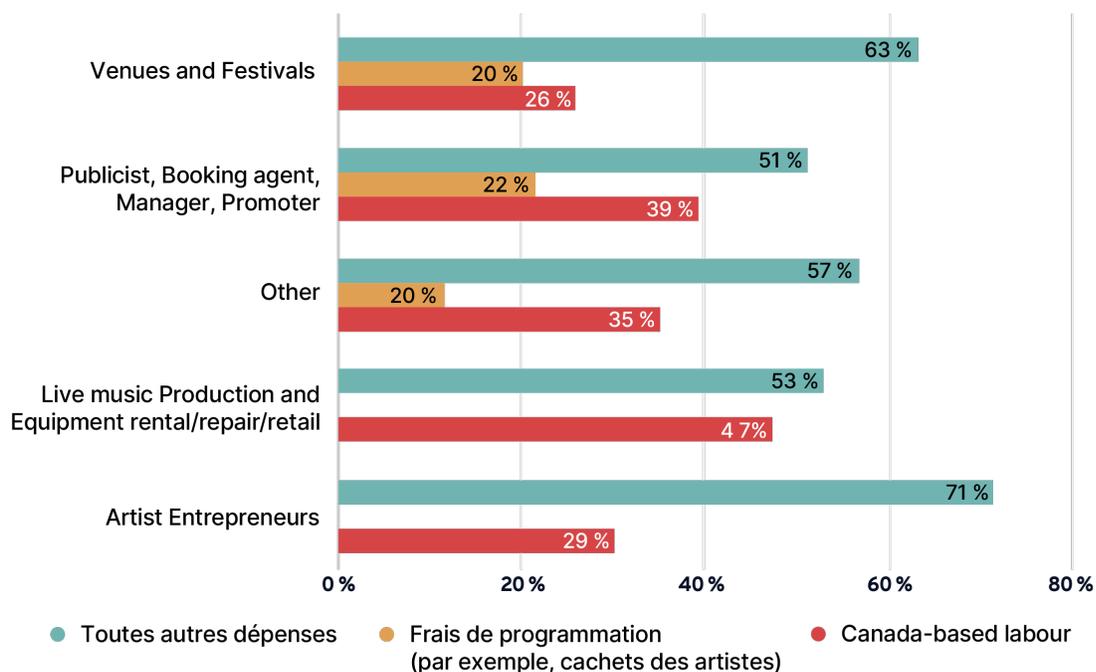
	Artistes Entrepreneur-se-s	Production de musique sur scène et location/réparation/vente d'équipement	Relationnistes, <i>bookers</i> , gérant-e-s, promoteur-ric-e-s	Salles et festivals	Autres
Autres services professionnels	11 %	2 %	2 %	3 %	4 %
Services immobiliers					1 %
Autres dépenses	14 %	14 %	4 %	5 %	4 %

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Note : les cellules vides indiquent les catégories de dépenses qui n'étaient pas pertinentes pour certains types de répondants.

Les coûts combinés de la main-d'œuvre et de la programmation au Canada représentent la catégorie de dépenses la plus importante pour tous les types d'entreprises au Canada. Les entreprises et organisations en contact avec la clientèle (relationnistes, *bookers*, gérant-e-s et promoteur-ric-e-s) consacrent la plus grande part de leurs dépenses annuelles aux coûts de la main-d'œuvre et de la programmation au Canada, soit 61 %. Les artistes entrepreneur-se-s ont dépensé la plus petite proportion de leurs dépenses annuelles dans ces deux catégories, soit 29 %. Le graphique ci-dessous fournit une représentation visuelle de la proportion des dépenses des compagnies consacrées aux coûts de main-d'œuvre et de programmation au Canada.

**Figure 13 : Dépenses de main-d'œuvre et de programmation des entreprises de musique sur scène, Canada 2023**



n=392

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Cette répartition des dépenses, avec sa forte concentration sur la main-d'œuvre et la programmation dans tous les types d'entreprises, souligne l'importance des ressources humaines dans le secteur de la musique sur scène. Le personnel qualifié est essentiel à l'exécution des événements musicaux et à la disponibilité continue des services dans le secteur. Sans cette main-d'œuvre qualifiée, le secteur de la musique sur scène aurait probablement du mal à maintenir les normes que le public et la clientèle attendent.

### 3.5.3 Main d'œuvre

La main-d'œuvre représente le poste de dépenses le plus important dans les dépenses nationales totales (comme indiqué ci-dessus) et constitue donc un moteur important de l'activité économique pour l'industrie de la musique sur scène au Canada. En 2023, on estime que le salaire moyen d'un·e employé·e à temps plein dans l'industrie canadienne de la musique sur scène est légèrement supérieur à 31 000 \$. Ce montant ne décrit que le salaire et n'inclut pas la rémunération associée aux avantages sociaux, aux primes ou à d'autres formes de rémunération. Selon Statistique Canada, le revenu moyen des Canadien·ne·s en 2022 était de 57 100 \$ et le revenu médian de 43 100 \$,<sup>49</sup> deux montants supérieurs au salaire moyen estimé d'un·e travailleur·se à temps plein dans l'industrie canadienne de la musique sur scène. Cette constatation implique que les travailleur·se·s canadien·ne·s de la musique sur scène rapportent un salaire inférieur à celui du ou de la travailleur·se moyen·ne au Canada. En effet, ce niveau de salaire est inférieur au seuil de pauvreté officiel du Canada,<sup>50</sup> ce qui signifie que de nombreux·ses travailleur·se·s à temps plein du secteur de la musique sur scène au Canada sont susceptibles de vivre dans la pauvreté, en particulier dans les régions du pays où le coût de la vie est plus élevé (comme Toronto et Vancouver).

Alors que la concurrence pour les talents s'intensifie, en particulier dans un secteur en redressement, les entreprises peuvent avoir besoin de donner la priorité au bien-être des employé·e·s et au développement professionnel. En favorisant un environnement de travail positif et en offrant une rémunération plus compétitive, les entreprises de musique sur scène peuvent être en mesure d'attirer et de retenir les ressources humaines nécessaires non seulement pour soutenir leurs activités, mais aussi pour stimuler l'innovation et contribuer à la croissance de l'industrie dans son ensemble.

Plus de la moitié (54 %) des entreprises de musique sur scène ne prévoient aucun changement dans leurs effectifs (définis comme le nombre de personnes employées par une entreprise) par rapport aux niveaux de 2023, et plus d'un tiers (35 %) s'attendent à une augmentation de leurs effectifs. Parmi les entreprises qui prévoient une augmentation de leurs effectifs, plus de la moitié (55 %) s'attendent à une croissance de 10 % ou moins, mais plus d'un quart (27 %) s'attendent à une croissance de plus de 20 %.

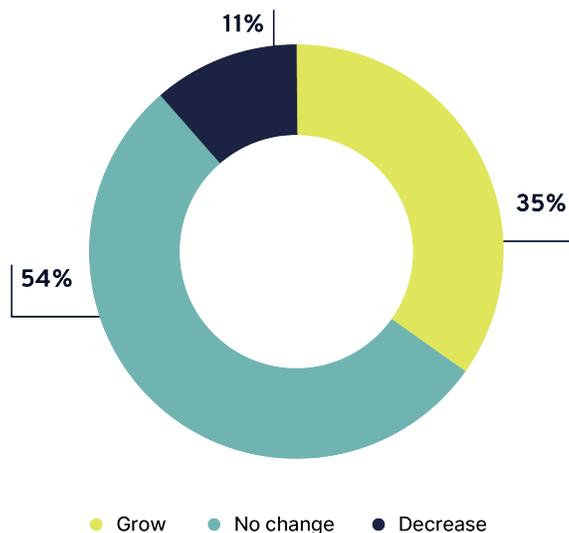
Le graphique ci-dessous donne une représentation visuelle de la façon dont les entreprises s'attendent à ce que les effectifs finaux de 2024 diffèrent de ceux de 2023.

---

<sup>49</sup> Statistique Canada. 2024. « [Revenu des particuliers selon le groupe d'âge, le sexe et la source de revenu, Canada, provinces et certaines régions métropolitaines de recensement.](#) »

<sup>50</sup> Statistique Canada. 2022. « [Le seuil de pauvreté officiel du Canada.](#) »

Figure 14 : Comment les entreprises canadiennes de musique sur scène s'attendent-elles à ce que les effectifs de 2024 changent par rapport à ceux de 2023



n=289

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

La majorité des entreprises ne prévoyant aucun changement ou un changement modeste de leurs effectifs, le secteur de la musique sur scène dans son ensemble semble ne procéder qu'à de légères augmentations afin de maintenir ses activités ou de soutenir une croissance légère et graduelle. Cette approche conservatrice peut être le résultat de conditions économiques incertaines et suggère une concentration sur le maintien de la dynamique et une amélioration progressive prudente, plutôt qu'une expansion rapide. Toutefois, avec le soutien et les incitatifs appropriés, les entreprises de musique sur scène qui prévoient une croissance pourraient être en mesure d'accélérer leurs plans d'embauche et de stimuler la productivité globale, ce qui pourrait entraîner une augmentation de l'activité et de la production dans l'ensemble du secteur.



(Run the Jewels au) Rifflandia Festival par Laura Harvey

## 4. Impacts de la musique sur scène

La musique sur scène au Canada génère des retombées économiques qui peuvent être exprimées en termes de produit intérieur brut, de revenu du travail, d'emploi et de retombées fiscales (p. ex. impôts).

Ces retombées proviennent des dépenses liées aux **activités** des entreprises de musique sur scène et au **tourisme**, et se composent de retombées directes, indirectes et induites.

Le **produit intérieur brut** (PIB) est un indicateur économique clé qui représente la valeur monétaire totale de tous les biens et services produits dans un pays. Les activités des industries et des organisations visant à produire des biens et des services contribuent au PIB d'une juridiction. Le **revenu du travail** est défini comme le total des gains ou des revenus perçus par les travailleur-se-s dans le cadre d'une activité économique spécifique. L'emploi est exprimé en termes d'**emplois équivalents temps plein** (ETP), un ETP étant défini comme une personne travaillant 40 heures par semaine, environ 52 semaines par an. Il est important de noter que l'impact sur l'emploi n'est pas une mesure du nombre de personnes employées. Pour les besoins de ce projet, l'**impact fiscal** est la somme des impôts estimés sur le revenu des personnes physiques, des impôts sur le revenu des sociétés, des taxes à la consommation, des taxes foncières et d'autres frais; les impacts fiscaux sont exprimés aux niveaux fédéral et provincial, et l'impact fiscal total est la somme des éléments susmentionnés.

La principale source d'impact économique direct dans toute économie est l'argent versé aux **individus** ou généré par eux. Ainsi, l'**impact direct** d'une entité provient des salaires et des traitements versés à ses employé-e-s, ainsi que des bénéfices qu'elle tire de ses activités.

Outre l'impact direct, l'activité économique a également deux types d'**effets d'entraînement** sur l'économie au sens large. Ceux-ci incluent :

- **Impacts indirects** : l'emploi, le revenu du travail, le PIB et les impacts fiscaux générés au sein de la chaîne d'approvisionnement, lorsque les entreprises achètent des biens et des services pour soutenir leurs activités, et
- **Impacts induits** : l'emploi, le revenu du travail, le PIB et les impacts fiscaux générés par les travailleur-se-s (c'est-à-dire ceux qui ont gagné un revenu aux stades de l'impact direct et indirect) qui dépensent leur salaire pour acheter des biens et des services courants.

La somme des impacts économiques directs, indirects et induits constitue l'impact économique **total**.

Les **activités** des entreprises de musique sur scène et les dépenses **touristiques** liées à la musique sur scène ont eu les retombées économiques et fiscales suivantes au Canada en 2023 :

**Tableau 6 : Résumé de l'impact économique et fiscal de la musique sur scène, 2023**

Catégorie	Activités des entreprises de musique sur scène	Tourisme	Impact total (Activités + Tourisme)
Emplois (ETP)	27 490	77 150	<b>101 640</b>
Revenu du travail	1,17 milliard \$	4,67 milliards \$	<b>5,84 milliards \$</b>
Produit intérieur brut	2,00 milliards \$	8,92 milliards \$	<b>10,92 milliards \$</b>
Impact fiscal	514 millions \$	3,21 milliards \$	<b>3,73 milliards \$</b>

Note : les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être exacte.

Les sous-sections ci-dessous détaillent l'impact économique et fiscal des activités des entreprises de musique sur scène et du tourisme.

#### 4.1 Impacts économiques – Activités des entreprises de musique sur scène

L'impact économique des activités des entreprises de musique sur scène au Canada est important. Comme nous l'avons vu plus haut, les dépenses des entreprises de musique sur scène sont estimées à 1,65 milliard de dollars en 2023 ; l'impact total de ces dépenses sur le PIB est estimé à 2,00 milliards de dollars. Selon Statistique Canada, la contribution nationale de l'ensemble de la culture et du sport en 2023 était de 60,8 milliards de dollars,<sup>51</sup> ce qui signifie que les activités des entreprises de musique sur scène ont contribué à environ 3,3 % de l'impact sur le PIB de la culture et du sport au Canada.

Les autres retombées économiques des activités des entreprises de musique sur scène sont résumées dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 7 : Impact économique de la musique sur scène au Canada en 2023**

	Impact direct	Impact indirect	Impact induit	Impact total
Emplois (ETP)	15 350	8820	3320	<b>27,490</b>
Revenu du travail	479 576 000 \$	475 844 000 \$	213 249 000 \$	<b>1 168 669 000 \$</b>
Produit intérieur brut	712 598 000 \$	813 512 000 \$	<b>473 888 000 \$</b>	<b>1 999 998 000 \$</b>

Source : MyEIA™

L'impact total sur le revenu du travail des activités des entreprises de musique sur scène au Canada est estimé à **1,17 milliard de dollars** et le nombre total d'emplois soutenus par ces activités est estimé à **27 490 ETP**. Les entreprises de musique sur scène emploient directement 15 350 ETP et soutiennent 12 140 ETP indirects et induits.

Les activités des entreprises de musique sur scène ont également des retombées fiscales, comme le résume le tableau ci-dessous.

<sup>51</sup> Statistique Canada. 2024. « Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine. »

**Tableau 8 : Impact fiscal de la musique sur scène au Canada en 2023**

	Fédéral (\$)	Provincial (\$)	Total (\$)
Impôt sur le revenu des particuliers	170,532,000	103,550,000	<b>274,082,000</b>
Impôt sur le revenu des sociétés	48 159 000	30 587 000	<b>78 746 000</b>
Taxes à la consommation	46 087 000	64 786 000	<b>110 873 000</b>
Impôts fonciers locaux et autres taxes	0	49 836 000	<b>49 836 000</b>
<b>Total</b>	<b>264 778 000</b>	<b>248 759 000</b>	<b>513 537 000</b>

Source : MyEIA™

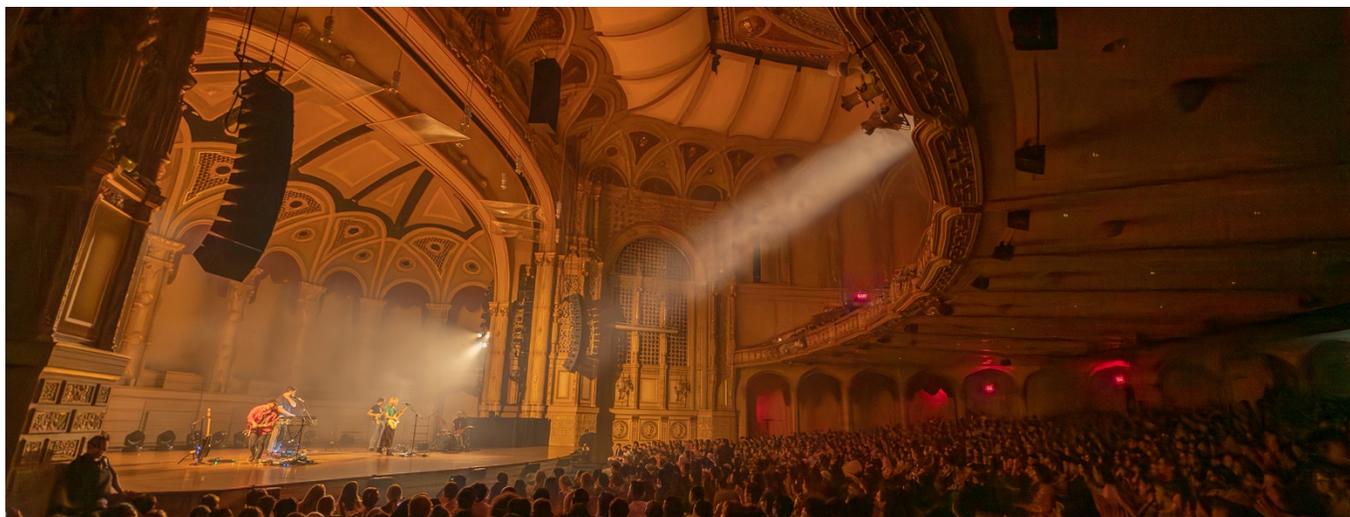
Les entreprises de musique sur scène contribuent aux recettes fiscales aux niveaux fédéral et provincial. L'impôt sur le revenu des particuliers, l'impôt sur le revenu des sociétés, les taxes à la consommation, l'impôt foncier local et les autres taxes ont contribué ensemble à hauteur d'environ 264,78 millions de dollars au niveau fédéral et 248,76 millions de dollars au niveau provincial, soit un **impact fiscal total estimé à 513,54 millions de dollars** en 2023.

## 4.2 Impacts économiques – Tourisme

Au Canada, la musique sur scène est un moteur du tourisme. Les dépenses associées au tourisme musical représentent un impact économique important.

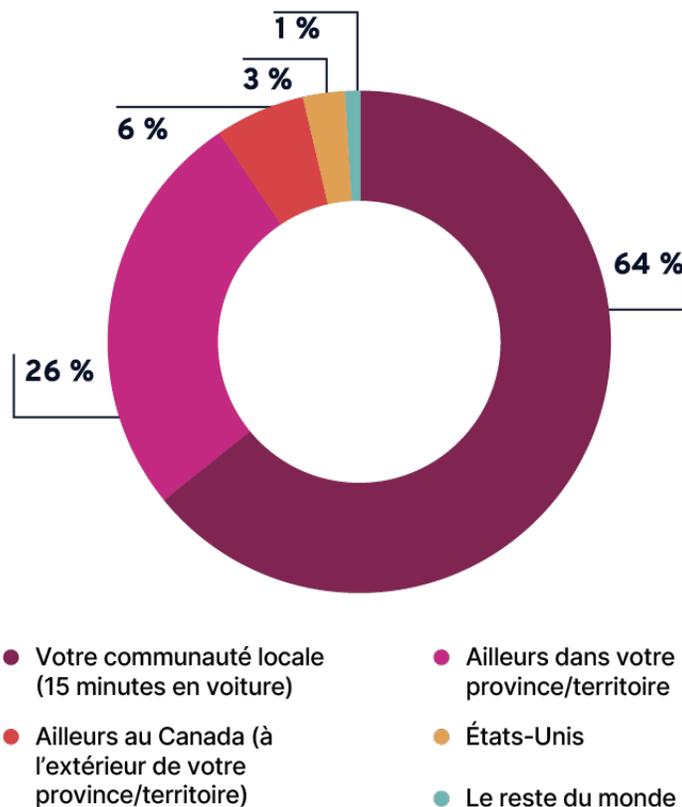
La majorité (64 %) des personnes qui assistent à des spectacles de musique le font au sein de leur communauté locale, et 36 % se déplacent de l'extérieur de leur communauté locale pour le faire. Sur ces 36 % de personnes qui se rendent à des événements musicaux, la majorité se déplace à l'intérieur de leur propre province ou territoire. Dans l'ensemble, on estime que 4 % des personnes qui assistent à des événements musicaux au Canada ont voyagé à l'étranger et que 6 % ont voyagé d'une province à l'autre.

Le tableau ci-dessous résume l'origine des participants aux événements musicaux.



Orpheum Theatre par Bruno Martin del Campo

Figure 15 : Origine des participant·e·s aux événements musicaux canadiens



n=182

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

En 2023, on estime que les festivals de musique et les spectacles organisés au Canada ont attiré au total 19,69 millions de touristes non locaux. En utilisant les statistiques de provenance ci-dessus, on estime que 0,55 million était des touristes internationaux, 1,47 million des touristes en provenance des États-Unis, 3,18 millions des touristes interprovinciaux et 14,50 millions des touristes intraprovinciaux.

Les touristes dépensent de l'argent lorsqu'ils voyagent. En utilisant une combinaison de données de l'enquête et de statistiques disponibles dans le cadre de l'Enquête nationale sur les voyages, de l'Enquête sur les voyages des visiteurs et des Indicateurs nationaux du tourisme, **les dépenses associées au tourisme musical sont estimées à 9,90 milliards de dollars en 2023, soit environ 10,8 % des dépenses touristiques totales au Canada** pour l'année.<sup>52</sup>

Le tableau ci-dessous présente une ventilation de ces dépenses en termes de nourriture et de boissons, d'hébergement, de transport, de culture et de loisirs, et d'autres dépenses.

<sup>52</sup> Statista. 2024. ["Tourism expenditure in Canada from 2010 to 2023."](#)

**Tableau 9 : Dépenses des touristes attribuables à la musique sur scène au Canada, 2023 (x 1000)**

	Nourriture et boisson (\$)	Hébergement (\$)	Transport (\$)	Culture et loisirs (\$)	Autres dépenses (\$)
Touristes internationaux	260,380	266,686	180,193	81,087	112,621
Touristes américains	227 685	266 539	101 020	69 937	111 900
Touristes interprovinciaux	252 599	262 939	302 823	73 859	584 966
Touristes intraprovinciaux	1 152 887	1 200 081	1 382 116	337 102	2 669 844
<b>Sous-totaux</b>	<b>1 893 550</b>	<b>1 996 246</b>	<b>1 966 153</b>	<b>561 985</b>	<b>3 479 330</b>
<b>Total</b>	<b>9 897 265</b>				

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*; Enquête nationale sur les voyages; Enquête sur les voyages des visiteurs; Indicateurs nationaux du tourisme

Remarque : les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être exacte.

L'impact économique de ces dépenses touristiques est important, avec un impact total sur le PIB estimé à 8,92 milliards de dollars. Les autres retombées économiques des dépenses touristiques liées à la musique sur scène sont résumées dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 10 : Impact économique des dépenses touristiques liées à la musique sur scène**

	Impact direct	Impact indirect	Impact induit	Impact Total
Emplois (ETP)	41 780	20 900	14 470	<b>77 150</b>
Revenu du travail	2 202 809 000 \$	1 537 857 000 \$	929 544 000 \$	<b>4 670 210 000 \$</b>
Produit intérieur brut	3 407 464 000 \$	3 443 429 000 \$	2 065 653 000 \$	<b>8 916 546 000 \$</b>

Source : Nordicity, modèle de tourisme personnalisé EIA™

L'impact total sur le revenu du travail des dépenses touristiques liées à la musique sur scène au Canada est estimé à **4,67 milliards de dollars** et le nombre total d'emplois soutenus est estimé à **77 150 ETP**. Les dépenses touristiques liées à la musique sur scène emploient directement 41 780 ETP et soutiennent 35 370 ETP indirects et induits.

Les dépenses touristiques liées à la musique sur scène ont également contribué à l'impact fiscal, comme le résume le tableau ci-dessous.

**Tableau 11 : Impact fiscal des dépenses touristiques liées à la musique sur scène**

	Fédéral (\$)	Provincial (\$)	Total (\$)
Impôt sur le revenu des particuliers	681,478,000	413,803,000	<b>1,095,281,000</b>
Impôt sur le revenu des sociétés	245 991 000	156 234 000	<b>402 225 000</b>
Taxes à la consommation	809 864 000	684 649 000	<b>1 494 513 000</b>
Impôts fonciers locaux et autres taxes	0	222 185 000	<b>222 185 000</b>
<b>Total</b>	<b>1 737 333 000</b>	<b>1 476 871 000</b>	<b>3 214 204 000</b>

Source : Nordicity, modèle de tourisme personnalisé EIA™

Notamment, le Conseil mondial du voyage et du tourisme prévoit une activité touristique historiquement élevée pour 2024, avec des visiteurs nationaux et internationaux qui devraient dépenser un total combiné de 139 milliards de dollars.<sup>53</sup> Cette constatation, associée aux prévisions des entreprises de musique sur scène selon lesquelles leurs revenus pour 2024 ont augmenté par rapport à 2023, suggère raisonnablement que **les dépenses touristiques liées à la musique sur scène en 2024 seront probablement encore plus élevées que 9,9 milliards de dollars** – ce qui implique à son tour que **l’impact économique du tourisme musical en 2024 sera probablement encore plus élevé.**



Photo courtoisie de Commonwealth Bar & Stage

<sup>53</sup> WTTC. 2024. [“World Travel and Tourism Council.”](#)

## 5. Forces, défis, tendances et besoins de la musique sur scène au Canada

Comme le montre ce rapport, la musique sur scène est un segment unique de l'industrie musicale, étroitement lié au tourisme, ce qui se traduit par de fortes retombées communautaires et économiques. Cependant, le secteur est confronté à des défis permanents et à des menaces qui pèsent sur sa croissance continue et sur sa contribution à l'économie canadienne.

### 5.1 Forces

En plus des impacts discutés tout au long de ce rapport, plusieurs forces uniques de haut niveau de l'industrie canadienne de la musique sur scène sont ressorties des tables rondes et de l'enquête nationale. Ces forces comprennent : la diversité des talents et des genres, la résilience et l'adaptabilité, la communauté et la collaboration, le développement professionnel et un écosystème favorable, ainsi que la reconnaissance et le succès à l'échelle internationale. Les sous-sections suivantes décrivent ces points forts, en s'appuyant sur les idées recueillies lors des tables rondes et sur les réponses à l'enquête nationale.

#### 5.1.1 Diversité des talents et des genres

Le paysage canadien de la musique sur scène se nourrit de son riche réservoir de talents locaux, où des artistes musicalement et culturellement diversifiés émergent des communautés de tout le pays pour trouver le succès au niveau national et international. La scène musicale canadienne est réputée pour son éventail de genres musicaux et d'influences culturelles, stimulée par le multiculturalisme et une variété de traditions musicales issues des communautés autochtones, noires, immigrées et d'autres cultures diverses. Nombre de ces talents incroyables rencontrent un succès national et international. Non seulement cette diversité de l'industrie est importante pour saisir toute la gamme des expressions culturelles qui existent au Canada, mais, comme l'ont fait remarquer plusieurs participant·e·s à la table ronde, il est important que tout le monde se voie représenté dans la musique sur scène. Donner à la pléthore de communautés culturelles les moyens de trouver et de créer de nouveaux rôles dans l'industrie — par exemple en soutenant les maisons de disques et les sociétés de gestion d'artistes appartenant à des Noir·e·s et à des Autochtones — contribue à accroître l'accès et la participation à l'industrie de la musique. Cette approche renforce les capacités de ces communautés et favorise un paysage industriel plus inclusif et plus durable.

Si l'on peut supposer que certains styles de musique sont plus prisés au sein de scènes musicales régionales spécifiques (par exemple, la musique country en Alberta, la musique folk dans le Canada atlantique, la musique francophone au Québec), en réalité, ces frontières se déplacent et disparaissent au fil du temps. L'immigration et la mobilité interprovinciale contribuent à élargir le spectre des sons et des influences dans toutes les régions du Canada, à mesure que les nouveaux arrivants s'installent dans leurs nouvelles communautés et enrichissent la scène locale. Les festivals et les événements organisés dans tout le pays mettent également en lumière un éventail de plus en plus large d'artistes canadien·ne·s couvrant de multiples genres. Un festival comme le Bluesfest d'Ottawa qui accueille davantage d'artistes folk, indie rock, country, jazz fusion et hip-hop reflète une évolution de ce qui est traditionnellement présenté sur scène dans les festivals et événements grand public.<sup>54</sup> Ce mélange éclectique favorise non seulement un écosystème dynamique où les artistes peuvent expérimenter et collaborer entre les genres, mais il attire également un large public. Les festivals mettent les artistes en contact avec de (nouveaux) publics, ce qui

---

<sup>54</sup> CBC. 2024. ["Neil Young, Nickelback, Maroon 5 playing 2024 Ottawa Bluesfest."](#)

constitue un facteur essentiel pour l'avancement de leur carrière. Le développement des artistes contribue à la durabilité et à la croissance des emplois dans l'ensemble du secteur de la musique sur scène.

L'accessibilité des outils de production et de découverte de la musique conduit également à une prolifération de nouveaux sons et styles provenant d'un mélange d'artistes émergent-e-s et grand public. Néanmoins, la vaste géographie du Canada signifie également que la musique sera souvent caractérisée par un fort sentiment d'appartenance, les artistes cherchant à maintenir leur identité régionale unique. Ce lien profond avec la communauté renforce l'authenticité et la diversité régionale de la musique canadienne. Le mélange unique d'identités culturelles, de paysages et de variations régionales au Canada contribue à un écosystème musical distinctif qui reflète la diversité du pays et celle de l'industrie.

## 5.1.2 Résilience et adaptabilité

Comme l'ont souligné les tables rondes de l'industrie, la communauté canadienne de la musique sur scène est un groupe particulièrement résilient face à des défis persistants. Qu'il s'agisse de santé publique, d'urgences climatiques, de pressions financières ou de la diminution de la disponibilité des espaces musicaux établis, les travailleur-se-s du secteur de la musique sur scène s'efforcent continuellement de trouver des moyens de s'adapter aux conditions changeantes et de faire bouger les choses pour soutenir leur industrie.

La pandémie de COVID-19 a contraint les travailleur-se-s du secteur de la musique sur scène à adopter des innovations considérables et immédiates afin de préserver leurs moyens de subsistance, notamment en reconfigurant les lieux de diffusion pour tenir compte des mesures de sécurité en matière de santé publique, en déplaçant les événements vers des espaces en ligne ou en plein air, et en lançant des campagnes nationales pour protéger les lieux de diffusion, tels que la campagne #PourLAmourDeLaSCENE. Les travailleur-se-s et les entreprises du secteur de la musique sur scène, ainsi que les artistes entrepreneur-se-s, ont rebondi financièrement après la pandémie, continuant à trouver des moyens de gagner des revenus, de stimuler la production et de contribuer fortement à l'économie – comme en témoignent les estimations de 1,17 milliard de dollars de revenus du travail, 2 milliards de dollars de PIB, 514 millions de dollars de retombées fiscales et plus de 27 000 emplois équivalents temps plein en 2023 (voir la section 4). L'augmentation constante des revenus observée ces dernières années et les augmentations prévues à l'avenir sont le signe d'un secteur de la musique sur scène qui fait face à des circonstances difficiles et évolutives et qui adopte l'innovation.

De même, alors que les urgences climatiques augmentent en fréquence et en ampleur, les participant-e-s aux tables rondes ont noté que les travailleur-se-s du secteur de la musique sur scène élaborent de manière proactive des plans d'atténuation afin de protéger leurs activités tout en adoptant des pratiques plus sensibles au climat. Par exemple, le festival de musique Under The Stars, dans la vallée de l'Okanagan en Colombie-Britannique, a été avancé du mois d'août au mois de mai et juin, lorsque le risque de feux de forêt est plus faible.<sup>55</sup> D'autres festivals, comme le Hillside Festival à Guelph et le Mariposa Folk Festival, ajoutent des mesures de résilience climatique telles que le chargement solaire et les stations d'eau.<sup>56,57</sup>

Certain-e-s travailleur-se-s du secteur réagissent à la hausse des coûts en prenant des mesures pour rendre la musique sur scène plus accessible et/ou leurs activités de tournée plus rentables, par exemple en organisant des tournées avec des équipes réduites, en faisant des tournées dans moins de petits marchés et en introduisant des modèles de tarification dégressive pour les billets de spectacles. D'autres en font encore plus pour subvenir à leurs besoins en utilisant leurs compétences professionnelles, en devenant

---

<sup>55</sup> KNKX. 2023. [“Amid wildfires, music events reassess safety and sustainability.”](#)

<sup>56</sup> Hillside Festival. [“Hillside Festival – Green Initiatives.”](#)

<sup>57</sup> Mariposa Folk Festival. [“Greening Mariposa.”](#)

professeur-e-s de musique, organisateur-ric-e-s d'événements, responsables des médias sociaux et graphistes, ou en créant de nouvelles entreprises au service de l'industrie.

L'immensité du Canada présente des défis logistiques pour les tournées, mais elle favorise des scènes locales dynamiques et des réseaux de soutien qui encouragent la collaboration et la créativité. Les tables rondes de l'industrie ont révélé que le sens de la résilience et de l'adaptabilité est particulièrement évident dans les régions rurales, où l'infrastructure et la présence de l'industrie peuvent être limitées, mais où l'esprit de débrouillardise et de collaboration est florissant. L'adoption croissante d'espaces musicaux *DIY* et de spectacles à domicile témoigne également d'une approche locale et communautaire visant à soutenir la musique sur scène dans un paysage en constante évolution.

### **5.1.3 Communauté et collaboration**

La musique sur scène au Canada est marquée par un fort sentiment de communauté, de collaboration et de soutien mutuel entre les artistes, les professionnel-le-s de la musique et les espaces musicaux, même à travers la vaste géographie du pays. Les tables rondes de l'industrie ont révélé que les professionnel-le-s de la musique de tous les coins du Canada partagent un grand nombre de défis et d'opportunités pratiques, tels que la géographie canadienne, la disponibilité des salles et les nouveaux outils de découverte, qui contribuent tous à un sentiment d'expérience commune. Les associations sectorielles, les salles de concert locales et d'autres lieux de rencontre contribuent à la création d'un solide réseau de professionnel-le-s de la musique dans tout le pays.

Les participant-e-s aux tables rondes ont longuement parlé de l'esprit de collaboration incarné par les musicien-ne-s et les travailleur-se-s du secteur, et de la manière dont il renforce ce sentiment de communauté. Les musicien-ne-s et les travailleur-se-s du secteur apportent un soutien vital, bien que souvent sous-estimé, à la vie locale par le biais de spectacles, d'ateliers et d'engagements communautaires, faisant de la musique sur scène une partie intégrante de l'identité et de l'engagement de la communauté. Parallèlement, les festivals et les spectacles contribuent à renforcer la cohésion sociale en célébrant la musique locale et l'identité culturelle commune.

Au niveau de la communauté au sens large, les participant-e-s à la table ronde de l'industrie ont noté que la musique sur scène peut servir de catalyseur pour les liens communautaires, en favorisant un sentiment de meilleure compréhension entre différents groupes culturels grâce à des expériences partagées lors d'événements. Dans les communautés locales, les festivals et les spectacles sont souvent adaptés à certaines communautés ou à certains publics, reflétant leurs intérêts et leurs identités uniques. La fierté locale est évidente dans le soutien actif apporté aux événements et aux artistes locaux, en particulier dans les régions les moins peuplées du pays, créant ainsi une atmosphère dynamique qui donne la priorité aux valeurs communautaires. Cette orientation locale crée une relation symbiotique entre les artistes et le public, où les expériences partagées et les souvenirs collectifs deviennent l'épine dorsale de l'identité de la communauté.

### **5.1.4 Développement professionnel et écosystème de soutien**

Comme l'ont montré les tables rondes et les conclusions de l'enquête *Écoute Active*, l'industrie canadienne de la musique sur scène bénéficie d'un solide écosystème de soutien qui cherche à développer de nouveaux artistes et travailleur-se-s au sein du secteur. Entre les organismes gouvernementaux, les associations sectorielles, les grandes sociétés musicales et les entreprises et espaces musicaux individuels, des mesures sont prises à différents niveaux de l'industrie pour veiller à ce que les musicien-ne-s et les travailleur-se-s du secteur progressent dans leur carrière et comblent les lacunes émergentes dans le bassin de main-d'œuvre.

Le paysage du financement de la musique sur scène est principalement constitué d'organismes de financement fédéraux (par exemple, FACTOR, Musicaction et le Conseil des arts du Canada), de bailleurs de fonds provinciaux et territoriaux de l'industrie culturelle et créative (par exemple, Creative BC, Ontario Créatif, SODEC), de conseils des arts provinciaux et territoriaux et d'agences de développement des arts (par exemple, Conseil des arts de L'Ontario, Alberta Foundation for the Arts, Arts Nova Scotia), et de programmes du secteur privé (par exemple, le Canadian Starmaker Fund, le Projet des artistes émergents RBC). L'ampleur du soutien financier apporté par ces organismes est unique, surtout si on la compare à celle du marché américain, qui offre globalement moins de financement pour une population presque dix fois plus importante que celle du Canada.<sup>58</sup> Ce niveau de financement donne aux artistes canadien-ne-s une longueur d'avance dans un secteur de plus en plus mondialisé. En outre, l'existence d'exigences en matière de contenu canadien et les nouvelles contributions obligatoires aux fonds culturels soutenant les artistes — dans le sillage de la loi sur la diffusion en ligne (projet de loi C-11) — confèrent aux artistes canadiens un avantage concurrentiel sur leurs homologues internationaux pour ce qui est d'obtenir un public national.<sup>59</sup>

Un certain nombre d'opportunités de développement professionnel se développent dans l'industrie de la musique sur scène. Par exemple, l'Incubateur musical canadien offre un certain nombre de programmes et d'opportunités de mentorat pour les gérant-e-s et les artistes.<sup>60</sup> Parallèlement, des activités de développement professionnel moins formelles ont lieu dans les lieux de diffusion à travers le pays, comme l'ont noté les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie. Les technicien-ne-s de son établis dans les salles locales cherchent à encadrer les professionnel-le-s émergent-e-s et à leur transmettre leurs compétences. Les festivals et les vitrines d'artistes permettent non seulement aux artistes d'atteindre de nouveaux publics, mais constituent également des opportunités de réseautage essentielles pour les artistes et les professionnel-le-s du secteur. Les organisations professionnelles et les maisons de disques proposent un large éventail de programmes de développement artistique destinés à soutenir les musicien-ne-s et à favoriser l'évolution de leur carrière. Collectivement, ces éléments créent un environnement favorable qui encourage la croissance et la continuité au sein de la communauté de la musique sur scène au Canada.

### **5.1.5 Reconnaissance et succès à l'échelle internationale**

Les artistes canadiens — de Neil Young et Shania Twain à Deborah Cox, Robbie Robertson, The Weeknd et bien d'autres — ont une longue tradition de succès sur les marchés internationaux. Les participant-e-s aux tables rondes ont indiqué qu'ils considéraient que les artistes et les travailleur-se-s canadien-ne-s se surpassaient sur les marchés internationaux de la musique, une perception confirmée par une étude de Music Canada montrant que les artistes canadien-ne-s se classent au troisième rang des écoutes en continu mondiales des 1000 chansons les plus populaires, derrière seulement les États-Unis et le Royaume-Uni.

Les efforts d'exportation des artistes canadien-ne-s bénéficient considérablement de leur proximité avec les États-Unis. Bien que cette proximité comporte le risque inhérent de voir les qualités distinctes de la musique canadienne absorbées par le marché américain, plus dominant, les participant-e-s aux tables rondes ont indiqué que cette proximité géographique est généralement un avantage, en particulier du point de vue des tournées. Bien que le coût puisse être prohibitif pour certains artistes canadien-ne-s qui traversent la frontière et partent en tournée aux États-Unis, de nombreux artistes bénéficient de programmes de subventions d'organismes de financement canadiens visant à percer sur les marchés internationaux et à soutenir ces activités de tournée, qui constituent un moyen essentiel d'obtenir une reconnaissance au-delà du Canada.

---

<sup>58</sup> The Philanthropist Journal. 2019. "[A balancing act: Supporting the arts in Canada.](#)"

<sup>59</sup> SOCAN. 2023. "[« Le projet de loi C-11 a été adopté. Que se passera-t-il? »](#)

<sup>60</sup> Pour plus d'informations, veuillez consulter le site <https://canadasmusicincubator.com/fr/about-us/>

Cette portée internationale s'étend également au-delà des artistes commercialement établi-e-s. Le Sommet annuel des musiques autochtones au Canada, par exemple, est un événement unique en son genre qui rassemble la communauté musicale autochtone mondiale. Le succès de ce sommet est un indicateur clair de la capacité de l'industrie locale de la musique autochtone à dépasser les frontières canadiennes et à donner un exemple puissant aux communautés musicales autochtones du monde entier.

## 5.2 Défis et tendances

Bien que le secteur de la musique sur scène possède de nombreuses forces et contribue de manière significative au tissu social et à l'économie du Canada, il doit également faire face à un certain nombre de changements et de tendances. Il s'agit notamment des pressions financières accrues, de l'évolution des comportements du public, des préoccupations en matière de durabilité environnementale, des changements numériques et de l'essor de l'intelligence artificielle.

### 5.2.1 Pressions financières

Le secteur de la musique sur scène au Canada est confronté à diverses pressions financières qui redessinent son paysage et créent de nouveaux défis. Ces pressions peuvent être regroupées en trois domaines principaux : les défis économiques, les changements dans la dynamique du marché, la main-d'œuvre et la viabilité de l'industrie. Chacun de ces domaines présente des obstacles spécifiques qui influencent la capacité des artistes, des lieux de diffusion et des organisateur-ice-s à s'adapter et à réussir dans cet environnement en constante évolution. **Si l'on y remédie, on peut imaginer que le secteur de la musique sur scène pourrait offrir des retombées économiques encore plus importantes.**

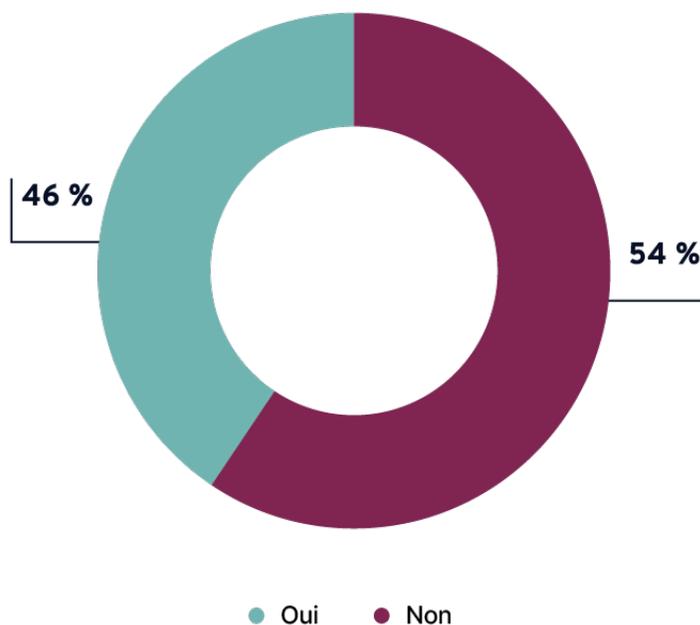
#### Défis économiques

Comme l'ont souligné les répondant-e-s à l'enquête et les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie, l'augmentation du coût de la vie fait qu'il est de plus en plus difficile pour les artistes et les professionnel-le-s de la musique de poursuivre leur carrière, en particulier dans les grands marchés comme Toronto, Vancouver et Montréal. Par conséquent, de nombreux artistes ont du mal à survivre dans les villes mêmes qui sont au cœur de la scène musicale canadienne. Cependant, ce défi a un côté positif. À mesure que de nombreux artistes quittent les grands centres urbains, l'industrie se décentralise. Cette évolution aide les petites villes à développer des scènes musicales plus fortes et en plein essor.

En même temps, le secteur est confronté à une augmentation des coûts opérationnels, de nombreux festivals et événements se remettant encore des déficits financiers causés par la pandémie. Cette relance est rendue plus difficile par les pressions constantes de l'inflation et la diminution du soutien des entreprises et des gouvernements. Ces pressions économiques créent un environnement difficile pour le maintien d'activités durables dans le domaine de la musique sur scène.

Le financement public constitue actuellement un soutien essentiel pour l'industrie canadienne de la musique sur scène. Selon les résultats de l'enquête nationale, la majorité (54 %) des entreprises, organisations et artistes dépendent des subventions publiques pour subventionner au moins une partie de leurs revenus en 2023 (voir Figure 16).

Figure 16 : Entreprises et artistes entrepreneur-se-s ayant reçu des subventions en 2023

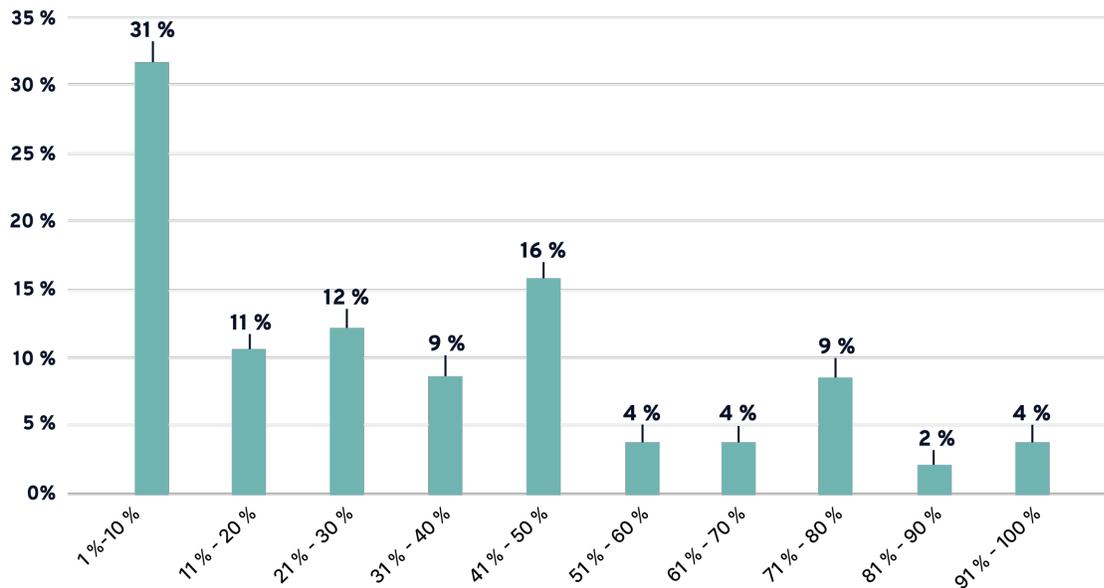


n=264

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Parmi ceux et celles qui ont recours aux subventions, 79 % les utilisent pour couvrir jusqu'à la moitié de leurs revenus (voir figure 17).

Figure 17 : Part des revenus de 2023 provenant de subventions

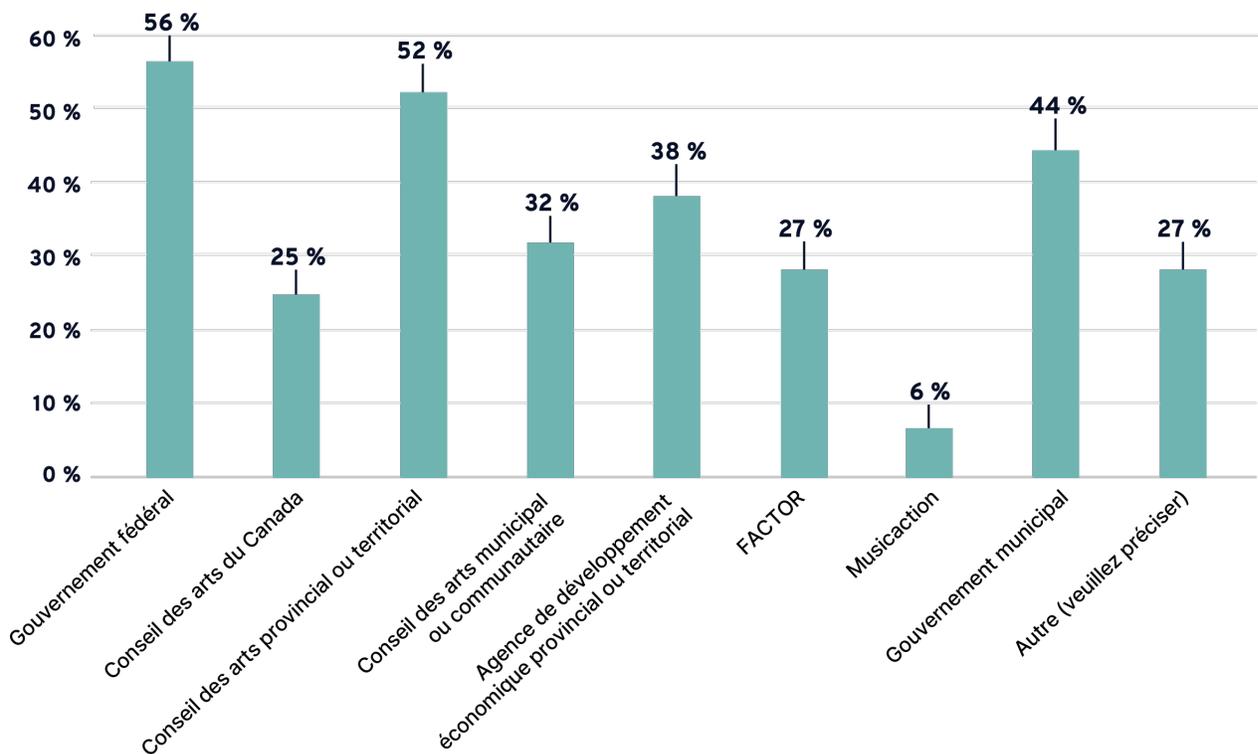


n=140

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Les subventions les plus couramment obtenues couvrent tous les niveaux de gouvernement, les répondant-e-s mentionnant le plus souvent le gouvernement fédéral (56 %), les conseils des arts provinciaux ou territoriaux (52 %) et les administrations municipales (44 %) comme sources de leurs revenus de subventions en 2023 (voir Figure 18). Bien qu'il s'agisse également de sources de financement fédérales, les répondant-e-s ont moins souvent choisi FACTOR (27 %) et Musicaction (6 %), bien qu'il s'agisse dans les deux cas de fonds dédiés à la musique. Le Conseil des arts du Canada a également été moins souvent choisi (25 %), bien qu'il offre des sources de financement pour les activités musicales. Contrairement aux conseils des arts, les agences provinciales ne sont pas non plus considérées comme un canal populaire de financement de la musique sur scène (les réponses concernant ce type de financement ont été regroupées dans la catégorie « Autre »).

**Figure 18 : Sources de subventions en 2023**



n=140

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Bien que le Canada dispose d'un solide écosystème de financement public dans lequel l'industrie de la musique sur scène puise régulièrement, le manque de soutien financier à la musique sur scène reste un défi majeur relevé par l'industrie. Dans le sillage des nouvelles pressions financières, y compris l'augmentation des dépenses opérationnelles, le financement public a généralement stagné. Dans l'ensemble du secteur, les artistes, les compagnies et les organisations doivent rivaliser pour obtenir les mêmes subventions ou des subventions plus modestes, ce qui entraîne une concurrence accrue et une diminution des revenus provenant des fonds publics. **Les artistes comptant sur la musique sur scène comme source principale de revenus**, le manque de soutien financier pour répondre spécifiquement aux besoins de l'industrie est un défi majeur.

D'une part, certains répondant-e-s à l'enquête et participant-e-s aux tables rondes de l'industrie estiment que l'industrie de la musique sur scène au Canada a tendance à trop dépendre des fonds publics. Pour promouvoir la viabilité à long terme des artistes, des entreprises et des organisations au Canada, certains pensent que les subventions devraient servir à incuber et à lancer de nouvelles initiatives plutôt que d'être

considérées comme une source de revenus continue. Pour atténuer cette dépendance à l'égard des fonds publics, il est nécessaire et possible pour la musique sur scène d'exploiter plus efficacement le secteur privé, par exemple en tirant parti des commandites et en explorant les partenariats stratégiques.

D'autre part, le secteur constate un besoin permanent de soutenir le développement des lieux de diffusion, le développement des artistes, les festivals, l'accès au marché, les initiatives environnementales, ainsi que les initiatives en matière d'équité.

### **Changements dans la dynamique du marché**

L'évolution de la dynamique du marché ne fait qu'aggraver les difficultés de la musique sur scène. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie ont noté que la nécessité d'augmenter le prix des billets en raison de la hausse des coûts risque de décourager le public et de limiter l'accès aux spectacles. Le comportement du public a également évolué, beaucoup de gens devenant plus sélectifs quant aux événements auxquels ils assistent. Ce changement est influencé par un mélange de pressions financières et de préoccupations persistantes en matière de sécurité, ce qui entraîne une baisse de la fréquentation des concerts et des festivals – en particulier ceux de petite ou moyenne envergure.<sup>61</sup> En outre, en période de difficultés économiques, la musique sur scène fait souvent partie des dépenses discrétionnaires que les ménages réduisent en premier lieu. Si la demande commence à se redresser, les difficultés économiques persistantes empêchent l'essor de la musique.

En outre, les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent qu'il y a un nombre croissant de festivals et d'événements, ce qui a intensifié la concurrence et a rendu particulièrement difficile pour les petits lieux de diffusion et événements d'attirer suffisamment de public pour rester viables. Cette tendance souligne peut-être la nécessité d'une plus grande collaboration et d'un meilleur partage des ressources au sein de l'écosystème des festivals et des événements, ainsi que la nécessité de soutenir la viabilité des salles de spectacle.

### **Main-d'œuvre et viabilité de l'industrie**

Enfin, la main-d'œuvre et la viabilité de l'industrie demeurent des défis de taille. Les coûts de main-d'œuvre et de programmation représentent les dépenses les plus élevées pour les entreprises de musique sur scène au Canada, soit 29 % et 18 % respectivement (voir le tableau 4) (et représentent donc une part importante de l'impact économique global du secteur), et la main-d'œuvre qualifiée est essentielle au succès de l'industrie. Cependant, les pénuries de main-d'œuvre sont un problème persistant, car de nombreux-ses travailleur-se-s qui ont quitté le secteur pendant la pandémie ne sont pas revenu-e-s, ce qui entraîne des problèmes de personnel et des contraintes opérationnelles (voir 5.3.3 pour une discussion plus approfondie sur le renforcement des capacités). Les personnes interrogées et les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie ont noté que le coût élevé de la vie dans les principaux marchés de la musique n'affecte pas seulement les professionnel-le-s établi-e-s, mais limite également les possibilités pour les artistes émergent-e-s de prendre pied dans l'industrie. Avec moins d'options de vie abordables dans les principaux centres culturels, le pipeline de nouveaux talents est réduit, ce qui diminue la diversité et l'innovation sur la scène musicale. Dans le même temps, les salles et les promoteur-ric-e-s du secteur sont plus sensibles au risque dans le climat économique actuel, ce qui réduit leur volonté de miser sur des talents émergents. Cette adversité au risque étouffe encore plus la croissance et limite l'introduction de nouvelles voix sur la scène. Ces facteurs combinés menacent la viabilité et le dynamisme à long terme de l'industrie de la musique sur scène au Canada.

---

<sup>61</sup> Global News. 2024. ["What's behind the lack of enthusiasm for this year's music festivals?"](#)

## 5.2.2 Changement de comportement du public

Les comportements du public évoluent considérablement, ce qui a un impact sur l'avenir de la musique et des événements. Une tendance notable est le déclin de la consommation d'alcool, en particulier chez les jeunes générations comme la génération Z, qui a traditionnellement constitué une source de revenus régulière pour les lieux de diffusion.<sup>62</sup> Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie ont noté que le déclin des ventes d'alcool est une tendance inquiétante pour leur viabilité à long terme.

Si les artistes majeurs démontrent qu'il existe encore un marché pour les concerts, les dépenses du public deviennent plus sélectives, les spectateurs se concentrant uniquement sur les événements qu'ils considèrent comme valant leur investissement. Le prix élevé des billets pour ces spectacles de premier plan pèse souvent sur le budget des fans, ce qui réduit leur capacité à assister à des événements de moyenne ou de petite envergure, contribuant ainsi à une polarisation des dépenses.<sup>63</sup> Cette tendance a entraîné une sursaturation du marché, de nombreuses tournées se disputant l'attention du public, alors même que les fans font preuve de plus de discernement dans leurs choix.

Une autre tendance majeure relevée par les participant-e-s aux tables rondes est la diminution de l'urgence ou de la « peur de manquer quelque chose » (*fear of missing out*), en particulier après la pandémie, ce qui a entraîné une diminution du nombre de concerts et une réduction de la durée des spectacles. Le public a désormais tendance à « grignoter » des expériences culturelles, préférant les billets d'une journée aux laissez-passer d'une semaine entière ou aux abonnements à des festivals. En outre, les billets sont de plus en plus souvent achetés à la dernière minute, ce qui complique la tâche des organisateur-ric-e-s d'événements et des artistes qui doivent prévoir l'affluence et gérer efficacement la planification financière.<sup>64</sup> Ces changements posent des défis au secteur événementiel, qui doit faire face à un public plus prudent et plus sélectif.

## 5.2.3 Durabilité environnementale

L'industrie se préoccupe de plus en plus de l'environnement, car les événements climatiques majeurs, tels que les feux de forêt dans l'ouest du Canada, les pluies diluviennes et d'autres conditions météorologiques graves, se produisent de plus en plus régulièrement. Pour de nombreux événements — en particulier les événements en plein air — les conditions météorologiques sont un facteur déterminant pour le bon déroulement de l'événement et ont donc un impact significatif sur leurs perspectives et leurs activités.<sup>65</sup> Par conséquent, les festivals et les événements doivent faire face à un certain nombre de complexités environnementales et améliorer leurs plans d'urgence. Cependant, bien qu'il s'agisse d'une question importante, les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie ont fait remarquer qu'il est difficile de donner la priorité à l'écoresponsabilité et à la budgétisation des imprévus avec des pressions financières croissantes et des ressources qui diminuent. L'acceptation de commandites peut également constituer un casse-tête pour les événements si ces entreprises ne s'alignent pas sur leurs objectifs en matière de durabilité environnementale.

Dans l'ensemble, l'industrie et le public réclament un financement et un soutien accrus pour faire progresser les pratiques environnementales dans tous les événements. Plusieurs festivals de musique canadiens montrent la voie dans ce domaine, en intégrant diverses pratiques de durabilité dans leurs activités. Un exemple probant est le Hillside Festival de Guelph, en Ontario, qui a remporté un prix international Clearwater en 2019 pour ses efforts environnementaux, notamment : la création d'un « toit vivant » au sommet de sa scène principale; l'utilisation de vaisselle et de verres réutilisables; l'installation de stations de

---

<sup>62</sup> Forbes. 2023. ["Why GenZ Is Drinking Less and What This Means for the Alcohol Industry."](#)

<sup>63</sup> Global News. 2024. ["2024 was supposed to be a great summer for live music. It's not turning out that way."](#)

<sup>64</sup> Hive. 2024. ["From last minute to first in line: navigating late ticket buyers."](#)

<sup>65</sup> CBC. 2024. ["Drought, wildfire concerns impact B.C. summer events."](#)

détournement des déchets; et l'offre de navettes subventionnées et de stations de distribution d'eau gratuites.<sup>66</sup> En outre, un certain nombre d'organisations au Canada se sont engagées à faire bouger les choses lorsqu'il s'agit de s'attaquer aux problèmes environnementaux dans le domaine de la musique.<sup>67</sup>

Les tournées sont l'un des éléments qui contribuent le plus à l'empreinte écologique de la musique sur scène.<sup>68</sup> Avec des artistes qui se déplacent au Canada et à l'étranger, et des fans qui prennent l'avion pour voir leurs artistes préféré·e·s, l'industrie continue à chercher des moyens de réduire l'impact des tournées sur l'environnement. Cette prise de conscience conduit à l'essor du tourisme lent, qui consiste pour les artistes à s'installer dans une région donnée pendant une période prolongée plutôt que de s'y rendre pour un ou deux spectacles. Cela peut signifier qu'un·e artiste donne plusieurs concerts dans un même lieu et explore d'autres possibilités d'engagement avec le public local par le biais d'ateliers et d'apparitions spontanées. Le tourisme lent présente de nombreux avantages, au-delà du point de vue de la durabilité. Tout d'abord, il est bénéfique pour le bien-être des artistes, car il leur permet de se sentir ancrés dans un lieu et de réduire le rythme d'une tournée. Il peut également être bénéfique pour le développement du public, car il permet aux artistes de s'engager plus profondément en passant de plus longues périodes dans un lieu donné. Le tourisme lent implique également l'utilisation de modes de transport plus lents, tels que les transports en commun et le train plutôt que l'avion. Toutefois, au Canada, cet aspect du tourisme lent peut s'avérer difficile à mettre en œuvre en raison de la géographie étendue du pays.

#### **5.2.4 Le numérique et l'essor de l'intelligence artificielle**

Les technologies numériques émergentes et leur rôle dans les événements musicaux continuent d'être un sujet de discussion majeur dans l'ensemble de l'industrie. Stimulés par les contraintes du COVID-19, les événements continuent d'expérimenter l'utilisation de la réalité augmentée (RA) et de la réalité virtuelle (RV) pour amplifier les expériences en personne et pour partager l'expérience en direct avec le public à la maison.<sup>69</sup> En offrant des expériences de RV, les événements peuvent aider à connecter les publics à travers le Canada et ailleurs à travers une expérience unique, comblant ainsi le fossé géographique. Cependant, à l'heure actuelle, l'utilisation de cette technologie est limitée aux grands événements qui disposent du budget nécessaire pour ce niveau d'expérimentation.

L'essor de l'intelligence artificielle (IA) continue également d'enthousiasmer et d'inquiéter de nombreux acteurs du secteur. L'IA devrait considérablement améliorer l'ingénierie du son lors des spectacles et pourrait être un outil incroyable pour les ingénieurs du son en fournissant une aide rapide au dépannage et en ajustant la balance et le mixage d'un événement avec une plus grande facilité. En outre, l'IA pourrait aider à créer et à synchroniser les effets visuels des concerts, tels que les éclairages et les projections, afin de créer une expérience plus immersive pour le public.<sup>70</sup> Bien que l'IA ait un grand potentiel, on craint qu'elle n'ait aussi des effets négatifs, notamment en mettant en péril certains rôles et emplois au sein de l'industrie.

### **5.3 Besoins**

Pour soutenir les perspectives d'avenir positives de l'industrie canadienne de la musique sur scène et son potentiel de rendement économique encore plus important, il existe quelques besoins urgents. Les résultats de la recherche et de l'engagement ont révélé des besoins clés concernant la protection et le renforcement des salles de spectacles et des locaux de répétition, l'amélioration de la représentation et de la sécurité, le

---

<sup>66</sup> Hillside Festival. "[Hillside Festival – Green Initiatives.](#)"

<sup>67</sup> Une liste actualisée du nombre d'organisations qui poursuivent activement des pratiques de développement durable dans le domaine de la musique en direct est disponible sur [la plateforme de développement durable](#) du site web de la CLMA.

<sup>68</sup> Nature. 2024. "[Live music is a major carbon sinner –but it could be a catalyst for change.](#)"

<sup>69</sup> AR Insider. 2023. "[How are Immersive Technologies Revolutionising the Music Industry?'](#)"

<sup>70</sup> TSE Entertainment. 2024. "[How AI Could Revolutionize Live Music Concerts.](#)"

soutien au développement des talents et au renforcement des capacités, ainsi que l'amélioration de la rémunération et des conditions de travail.

### 5.3.1 Salles de spectacle et locaux de répétition

Les salles de spectacle et les locaux de répétition sont un élément clé de l'écosystème de la musique sur scène; les salles en particulier, en raison de leurs dépenses élevées, contribuent de manière significative à l'impact économique global de la musique sur scène au Canada. La fermeture continue de salles de spectacles est un problème majeur que le Canada doit régler pour assurer la prospérité de l'écosystème de la musique sur scène.

La disparition des salles de spectacle au Canada a été exacerbée par la pandémie de COVID-19, mais elle n'est pas uniquement imputable à cette dernière. À Toronto, bien qu'environ 15 % des lieux de diffusion aient fermé définitivement en 2020-2021,<sup>71</sup> la ville perdait déjà plus d'un lieu par mois entre 2017 et 2019.<sup>72</sup> Des défis similaires sont ressentis sur les marchés de la musique à travers le pays, où la hausse des coûts d'exploitation et les pressions de réaménagement — aggravées par l'impact de la pandémie de COVID-19 — ont conduit au point de crise actuel pour les pénuries de salles de spectacle et de locaux de répétition.

Alors que le coût élevé du logement continue d'influencer les décisions politiques et commerciales, les quartiers qui étaient autrefois des foyers créatifs et culturels connaissent une forte augmentation des activités de réaménagement, ce qui a des répercussions sur les salles de spectacle, les bars, les restaurants, les parcs et les autres espaces de musique sur scène de ces communautés. Dans les centres urbains, les pressions de l'embourgeoisement chassent peu à peu les salles de spectacle de leurs communautés, ce qui entraîne souvent la démolition de nombreux espaces musicaux stables. Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent que très peu de petites et moyennes salles de spectacle sont propriétaires des bâtiments dans lesquels elles opèrent, en particulier dans les plus grands marchés musicaux, ce qui les rend sensibles à l'activité immobilière. En outre, il y a moins de salles indépendantes au Canada.<sup>73</sup> La grave pénurie de petites et moyennes salles limite l'accès des artistes et du public à la scène locale et crée un obstacle au développement des artistes, car les artistes en début de carrière sont confrontés à un nombre réduit d'endroits où ils peuvent se produire.



Photo courtoisie de TO Live

---

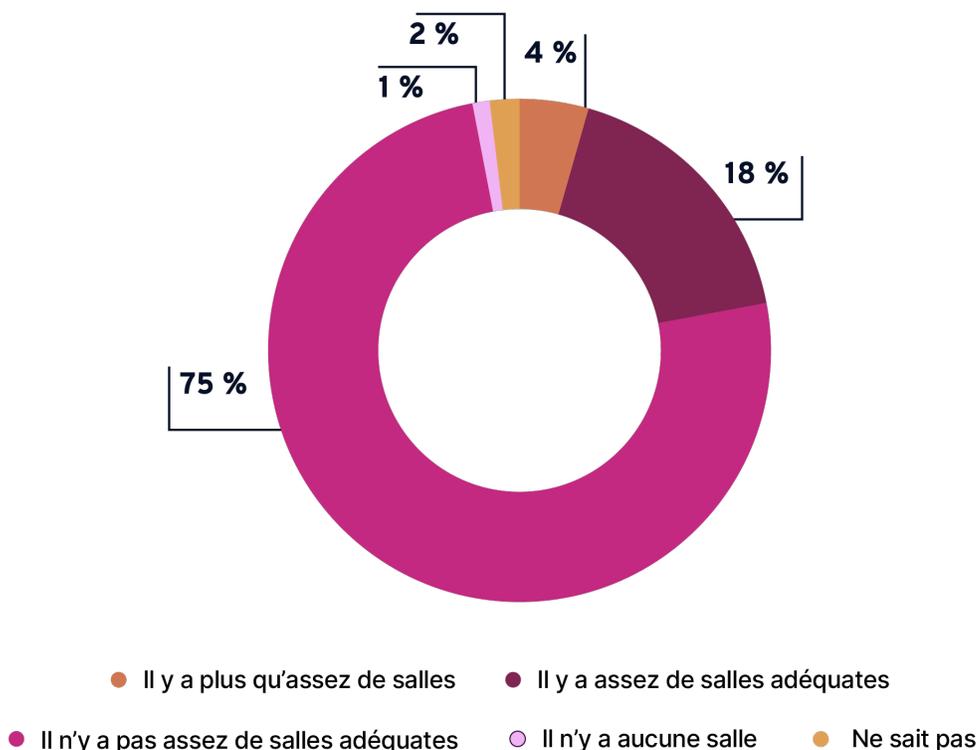
<sup>71</sup> City of Toronto. 2022. [“Music Industry Strategy: 2022-2026.”](#)

<sup>72</sup> Spacing. 2019. [“Vanishing Venues: New Funding Models Favour Festivals Over Small Music Clubs.”](#)

<sup>73</sup> CBC. 2023. [“Where have all the small concert venues gone?”](#)

En plus d'une pénurie générale, 75 % des répondant-e-s à l'enquête ont déclaré qu'il n'y avait pas assez de lieux de diffusion appropriés au Canada (voir figure 19).

**Figure 19 : Évaluation de la disponibilité de lieux de diffusion adéquats pour les artistes émergent-e-s au Canada**



n=426

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

Les tables rondes de l'industrie ont également indiqué qu'il y a un manque d'espaces de représentation abordables et diversifiés, et que la plupart des lieux de diffusion sont des bars et des restaurants, alors qu'il y a peu d'espaces réservés à la musique. Il a été noté que les bars et les restaurants, en raison de la présence d'alcool, ne sont pas nécessairement inclusifs pour les artistes et les publics de tous âges et de toutes cultures.

Dans tout le pays, des initiatives ont été prises pour explorer des espaces musicaux non traditionnels. Toutefois, les recherches montrent qu'il est absolument nécessaire de poursuivre les efforts concertés pour favoriser le développement d'espaces musicaux nouveaux et en plein essor, et pour protéger les espaces musicaux existants, qui constituent la base de l'industrie.

### 5.3.2 Représentation et sécurité

Le secteur de la musique sur scène est confronté à d'importants défis en matière de représentation, en particulier en ce qui concerne le manque de diversité dans les postes clés tels que les agent-e-s, les promoteur-ric-e-s et les exploitants de salles. L'absence d'autochtones, de Noir-e-s et d'autres personnes racialisées à ces postes affecte les possibilités de mentorat, car il est difficile pour les aspirants travailleur-se-s et les artistes intéressé-e-s par la musique sur scène de se voir reflété-e-s dans l'industrie.

Il y a une grave pénurie d'agent-e-s d'artistes noir-e-s au Canada, ce qui fait que les artistes noir-e-s ont du mal à se sentir compris, soutenus et représentés de manière adéquate. Ce fait est corroboré par une étude

d'ADVANCE, le collectif canadien des entreprises de musique noire, qui a révélé que si près de la moitié des artistes sont issu·e·s de communautés mal desservies, près de 80 % des agent·e·s qui les représentent et gèrent leur carrière sont des Blanc·he·s. Autre exemple, les Noir·e·s souhaitant créer leur propre agence de *booking* se heurtent à des obstacles considérables en raison de réseaux et d'opportunités limités. De nombreuses agences existantes sont souvent débordées et incapables de fournir un mentorat significatif, ce qui donne aux nouveaux venus un sentiment d'isolement. Même lorsque les agences recrutent, certains acteurs du secteur constatent un certain scepticisme quant à leur engagement à soutenir efficacement les candidat·e·s issu·e·s de la diversité culturelle. Cela perpétue un cycle de sous-représentation qui limite les opportunités pour les artistes et les travailleur·se·s non blanc·he·s.<sup>74</sup>

En outre, les participant·e·s aux tables rondes ont noté que l'industrie n'est pas totalement prête à accueillir les personnes 2SLGBTQ+ et les personnes de genre différent. Il existe un besoin urgent et généralisé d'infrastructures qui soutiennent la diversité des genres, telles que des salles de bains non mixtes, des loges sécuritaires, un éclairage approprié, des mesures d'accessibilité et, de manière générale, des espaces inclusifs et accueillants pour les artistes, leurs équipes de tournée et le public. Le secteur a noté que les salles de spectacle doivent continuer à prendre des mesures visibles pour promouvoir des espaces inclusifs et sécuritaires, notamment par une signalisation claire et des aménagements réfléchis.

Dans l'ensemble du secteur, il reste urgent de s'attaquer aux obstacles systémiques auxquels sont confrontés les autochtones, les Noir·e·s, les personnes de couleur et les membres de la communauté 2SLGBTQ+, grâce à un soutien financier plus ciblé, à des programmes de mentorat et à des accélérateurs. Se concentrer sur l'amélioration de la représentation au sein de l'industrie et cultiver des espaces inclusifs où les gens se sentent en sécurité et bienvenus sont des étapes essentielles vers un écosystème de la musique sur scène plus équitable, diversifié et prospère.

### **5.3.3 Développement artistique et renforcement des capacités**

Le secteur de la musique sur scène dans son ensemble est actuellement confronté à une importante fuite des talents vers les grands marchés, ce qui freine la vitalité et le développement des scènes locales. Les participant·e·s aux tables rondes ont noté que de nombreux·ses artistes et travailleur·se·s du secteur quittent leur communauté pour accéder à davantage d'opportunités. Cet exode se produit dans tout le pays, mais surtout dans les petites régions et villes, où de nombreux artistes et travailleur·se·s quittent vers de plus grands centres urbains au Canada ou aux États-Unis. En outre, les acteurs du secteur dans les régions plus petites et plus éloignées — comme le nord du Canada — notent qu'il est difficile d'attirer, et encore plus de retenir, les travailleur·se·s du secteur.

Pour contrer cette tendance, il est essentiel de créer un environnement qui stimule les talents locaux, célèbre les talents locaux et les réussites régionales, et favorise l'accès aux marchés extérieurs et aux opportunités commerciales, tout en encourageant les talents à rester au Canada. De nombreuses organisations et entreprises du secteur indiquent que leur personnel jongle souvent avec plusieurs rôles et manque de formation formelle. En particulier, les participant·e·s aux tables rondes de l'industrie ont noté qu'il existe un besoin évident de programmes de formation ciblés dans des domaines tels que la technologie du son et la gestion d'événements, afin de s'assurer que la main-d'œuvre est équipée pour répondre aux exigences de l'industrie. Les stages et les programmes coopératifs jouent également un rôle clé pour attirer les gens dans l'industrie.

Il n'existe pas de formation formelle pour certains rôles dans le secteur, tels que les gérant·e·s d'artistes ou les promoteur·rice·s. De nombreuses compétences sont affinées et développées au fil des années d'expérience, d'où l'importance des possibilités de mentorat pour développer des compétences essentielles

---

<sup>74</sup> ADVANCE, Diversity Institute. [Industry Analysis & The Value of Black Music](#).

et renforcer le professionnalisme dans le secteur. De nombreux stages et programmes coopératifs sont proposés directement aux futurs travailleur·se·s du secteur au niveau de l'organisation. En tant qu'employeur majeur du secteur de la musique sur scène, Live Nation, par exemple, offre diverses possibilités de stages dans l'ensemble du secteur du divertissement, y compris dans la promotion, la production et le marketing des concerts.

Dans le même ordre d'idées, les participant·e·s aux tables rondes notent qu'il est nécessaire d'améliorer la sensibilisation, l'accès et la disponibilité des opportunités de formation et de mentorat pour les nouveaux·lles artistes et travailleur·se·s du secteur. Ces opportunités permettent aux artistes et aux travailleur·se·s d'acquérir les compétences nécessaires pour naviguer dans les méandres de l'industrie musicale. Les participant·e·s aux tables rondes ont noté que les compétences nécessaires comprennent des connaissances sur les droits, les redevances, les impôts et le développement des compétences commerciales. L'industrie a également souligné la nécessité de multiplier les possibilités de mentorat afin de contribuer au renforcement du vivier de talents. En investissant dans le mentorat et la formation, le secteur peut permettre à de nouvelles voix de s'exprimer et de construire des carrières plus durables. En outre, les personnes intéressées par le secteur manquent de connaissances sur les possibilités de carrière qui existent.

On observe également une évolution vers des entreprises plus importantes qui gèrent davantage de spectacles et de lieux de diffusion, ce qui offre la possibilité de mettre en place des modèles de recouvrement des coûts plus durables pour les salles et les organisations. Toutefois, cela souligne également la nécessité d'un équilibre qui garantisse que les organismes locaux, qui sont profondément liés aux goûts et aux tendances régionales, continuent à jouer un rôle essentiel. Soutenir le développement et la croissance des organismes locaux pourrait contribuer à offrir des opportunités de début de carrière aux artistes émergent·e·s, à favoriser une plus grande diversité dans le secteur et à garantir que les talents locaux aient la possibilité de s'épanouir.

### **5.3.4 Rémunération et conditions de travail**

L'absence de rémunération équitable reste un problème majeur dans le secteur de la musique sur scène. De nombreux·ses participant·e·s aux tables rondes du secteur et répondant·e·s à l'enquête se sont inquiétés de la faible rémunération des artistes, la prévalence des modèles « *pay-to-play* » conduisant à des appels à des pratiques de rémunération plus équitables. Certains ont proposé des solutions potentielles, telles que la mise en œuvre d'un modèle de salaire décent pour les musicien·ne·s et l'amélioration des conditions de travail pour les travailleur·se·s occasionnel·le·s. L'Irlande a lancé un projet pilote de revenu de base pour les arts en 2022, qui a fourni 325 euros par semaine à 2000 artistes et travailleur·se·s des arts créatifs admissibles.<sup>75</sup> Ce programme s'est vu octroyer 35 millions d'euros dans le cadre du budget 2025 de l'Irlande afin de poursuivre au-delà de la phase pilote.

Ces solutions n'ont pas été retenues uniquement pour les musicien·ne·s, mais aussi pour favoriser des conditions de travail plus durables et plus favorables pour tous les travailleur·se·s du secteur de la musique sur scène. Le manque de rémunération a un impact direct sur la fuite des talents dans le secteur et a été en partie la raison pour laquelle de nombreux·ses travailleur·se·s se sont lancé·e·s à la recherche de nouvelles opportunités au plus fort de la pandémie. En outre, de nombreux jeunes commencent par s'intéresser au secteur, notamment par le biais de stages et de programmes coopératifs, mais le quittent pour d'autres secteurs en raison du manque de possibilités d'évolution salariale.

En ce qui concerne les conditions de travail, l'industrie cite la santé mentale, la stabilité et l'épuisement professionnel comme des défis majeurs. Le secteur a souvent besoin de personnes à l'aise avec la flexibilité

---

<sup>75</sup> HotPress. 2024. ["Budget 2025: Basic Income for the Arts scheme extended with €35m."](#)

et l'instabilité. Par exemple, les personnes travaillant dans les festivals voient souvent leur charge de travail fluctuer entre des périodes d'activité intense — en particulier avant un événement ou une production — et des périodes d'arrêt et d'inactivité. Le travail contractuel est courant dans le secteur, ce qui peut poser des problèmes, car ces travailleur-se-s n'ont pas d'avantages sociaux. En outre, il peut être difficile d'obtenir suffisamment de contrats pour travailler à plein temps dans le secteur de la musique sur scène. Ces défis mettent en lumière la nécessité de mettre en place des pratiques plus favorables et des conditions de travail plus saines afin d'attirer et de retenir les talents au sein du secteur.

### **5.3.5 Modèles d'affaires et accès au marché**

De nombreux acteurs du secteur estiment qu'il est possible de renforcer les liens et la collaboration à travers le pays afin de relever les défis qui se posent à l'ensemble du secteur. Par exemple, la promotion de partenariats plus importants en termes de circuits touristiques et entre les municipalités peut contribuer à faire progresser la musique sur scène en améliorant l'accès au marché à l'échelle nationale.

De plus, le secteur est confronté à un besoin pressant de modèles économiques plus innovants. Les sources de revenus traditionnelles — en particulier pour les événements musicaux, les festivals et les salles de spectacle, pour lesquels les dépenses sont particulièrement élevées (voir le Tableau 5) — sont mises à rude épreuve à mesure que les comportements du public évoluent et que les réalités économiques se transforment. Par exemple, l'augmentation du coût de la vie a réduit le revenu disponible que le public peut consacrer aux spectacles. En outre, les événements ne peuvent plus s'appuyer fortement sur les ventes d'alcool, étant donné que les jeunes ont tendance à moins boire. Par ailleurs, il est de plus en plus nécessaire de faire face à l'impact du changement climatique sur la planification et les opérations événementielles en renforçant les plans d'urgence. Ces changements nécessitent de repenser les stratégies commerciales et la planification afin d'assurer la viabilité de l'ensemble du secteur de la musique sur scène.

Des initiatives et des modèles commerciaux innovants ont récemment vu le jour dans le secteur. Par exemple, l'autorité aéroportuaire de Calgary, en collaboration avec des organisations musicales telles que le Calgary Folk Fest, le Calgary International Blues Festival et le Honens International, a lancé une série de spectacles à YYC en 2018, offrant aux talents locaux des possibilités rémunérées de se produire devant des publics internationaux passant par l'aéroport.<sup>76</sup> Le programme cherche maintenant à s'étendre à d'autres lieux de diffusion non traditionnels, tels que les hôpitaux.

Les tournées — activité fondamentale de la musique sur scène, qui est essentielle au développement du public — se heurtent également à des obstacles uniques en raison de l'immensité du territoire canadien et des coûts de déplacement élevés. De nombreux-ses artistes, en particulier ceux qui vivent dans des régions rurales ou éloignées, ont du mal à accéder à de nouveaux marchés et à se produire régulièrement. La rareté des lieux de diffusion appropriés en dehors des grands centres comme le sud de l'Ontario et le Lower Mainland de la Colombie-Britannique signifie que les artistes doivent souvent supporter des coûts importants pour parcourir de longues distances entre les spectacles. Il est essentiel de s'attaquer à ces obstacles géographiques et logistiques, par exemple en introduisant des circuits de tournée régionaux, pour faciliter l'accès au marché et assurer la viabilité des tournées pour les musicien-ne-s canadien-ne-s et les travailleur-se-s du secteur de la musique sur scène qui sont soutenu-e-s par les tournées. Home Routes/Chemin Chez Nous est un exemple de circuit de tournée régional, qui s'étend de la Colombie-Britannique et de l'Alberta au Manitoba et à l'Ontario.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> YYC Calgary International Airport. 2018. ["All about the Authority."](#)

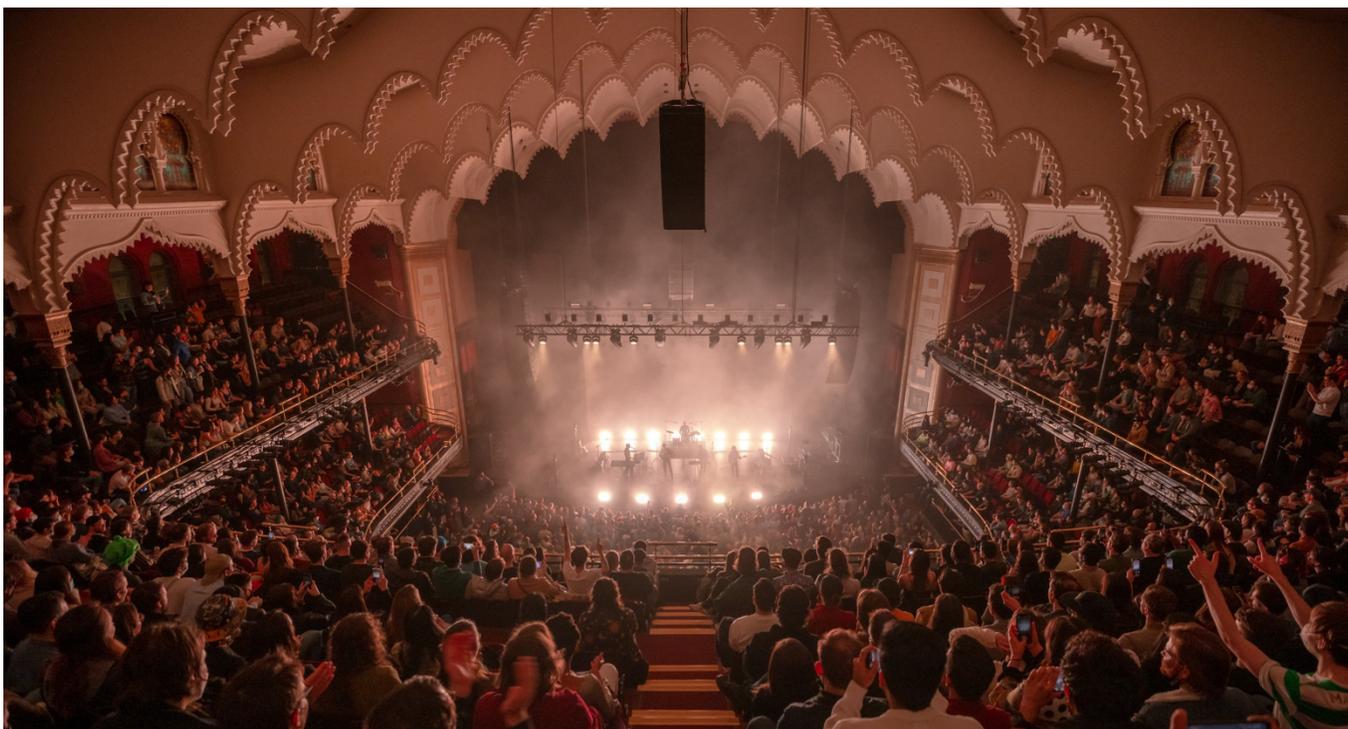
<sup>77</sup> Home Routes/Chemin Chez Nous. 2024. ["Home Routes Announces 2024/2025 Season."](#)

### 5.3.6 Tourisme et promotion

Les participant-e-s aux tables rondes de l'industrie notent que l'intégration de la musique sur scène dans les efforts touristiques reste assez limitée au Canada. La musique sur scène est un moteur touristique important, et les dépenses touristiques associées à la musique sur scène ont des retombées économiques considérables (notamment un revenu du travail estimé à 4,67 milliards de dollars, un PIB de 8,92 milliards de dollars, des retombées fiscales de 3,21 milliards de dollars et plus de 77 000 emplois équivalents temps plein en 2023, comme l'indique la section 4.2), mais il y a davantage de possibilités de tirer parti de ce potentiel dans le cadre des efforts de marketing des destinations. De nombreux acteurs du secteur estiment que le Canada excelle dans la commercialisation de ses paysages à couper le souffle et de ses nombreuses activités récréatives, mais qu'il ne parvient pas à promouvoir ses riches expériences culturelles – y compris le dynamisme de sa musique sur scène. Il est nécessaire et possible de renforcer la collaboration entre l'industrie et les agences de tourisme canadiennes afin de mieux mettre en valeur les festivals et les événements et de positionner le Canada comme une destination de choix pour les mélomanes – et pas seulement pour les amateurs de plein air.

D'autre part, il est possible de mieux promouvoir et défendre les réussites régionales et nationales dans le domaine de la musique sur scène afin d'accroître la réputation du Canada à l'échelle internationale et d'encourager une plus grande participation et un plus grand soutien des artistes et des événements locaux auprès du public national. Des collaborations conjointes entre les organisations de musique sur scène et les organismes de tourisme pourraient non seulement aider à mettre le Canada sur la carte en termes de diversité de son industrie musicale et faire augmenter le tourisme culturel, mais aussi contribuer à l'élaboration de politiques au bénéfice des deux industries.

En outre, les municipalités et les régions du Canada ont la possibilité de reconnaître l'importance de la musique sur scène en tant que moteur important du tourisme. En particulier, les municipalités et les régions pourraient chercher à promouvoir des stratégies économiques nocturnes qui aideront à soutenir la création d'emplois dans l'industrie et à accroître le potentiel économique de la musique sur scène.



Massey Hall par Nick Wons

## Conclusion

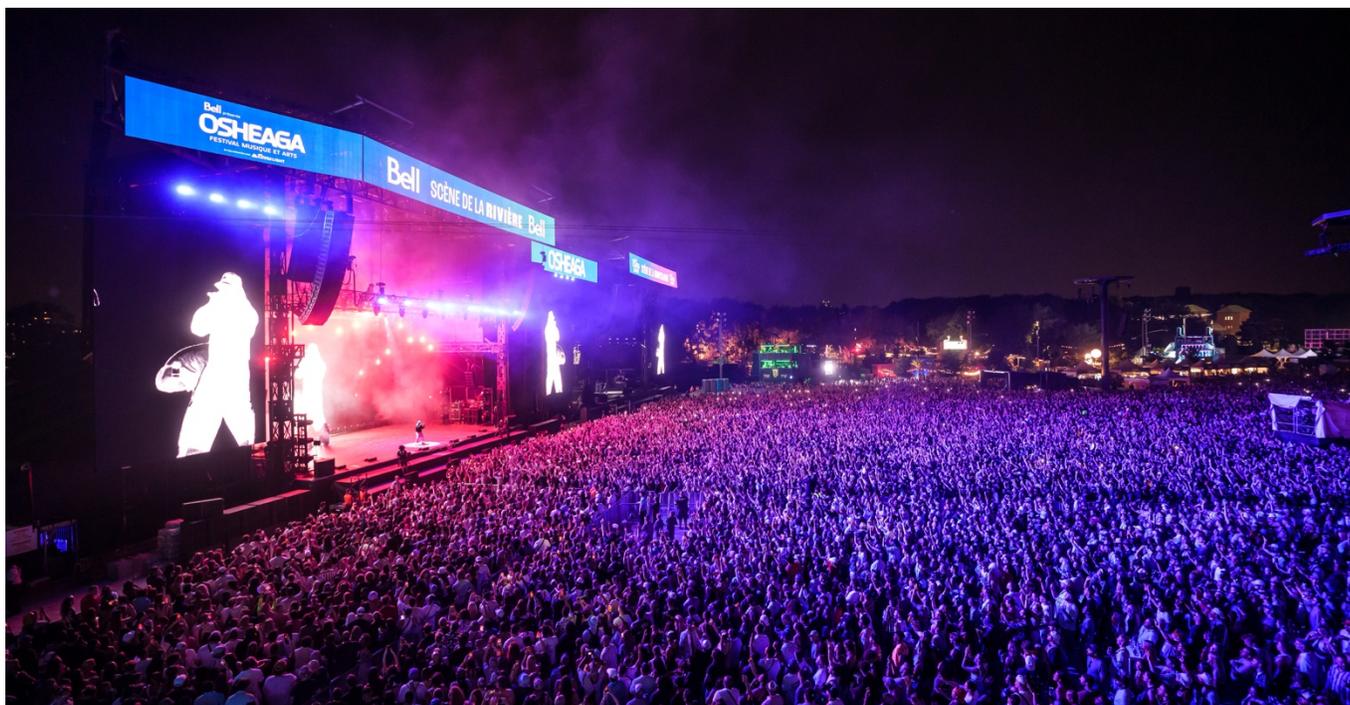
Dans un paysage en constante évolution, la musique sur scène devient de plus en plus importante et son potentiel de croissance, ainsi que les retombées économiques qu'elle génère, sont évidents.

Jusqu'à présent, les contributions économiques et culturelles exceptionnelles du secteur de la musique sur scène n'ont pas été suffisamment prises en compte, ce qui a précisément motivé la rédaction de ce rapport. *Écoute Active* constitue un point de référence essentiel pour mesurer le potentiel et les progrès du secteur au fil du temps. En dotant le secteur de données claires sur l'impact économique, touristique et social de la musique sur scène, ce rapport permettra de mieux comprendre l'incroyable valeur de la musique sur scène et contribuera aux efforts de sensibilisation en vue d'un soutien et d'une reconnaissance accrues.

Ce rapport fait allusion à plusieurs domaines dans lesquels des recherches futures seraient bénéfiques pour soutenir le secteur, notamment :

- Poursuite de l'évaluation des obstacles pour les personnes méritant l'équité, ainsi que de l'équité, de la diversité et de l'inclusion (par exemple, dans la propriété et l'emploi) dans l'ensemble de l'industrie.
- Recherche supplémentaire sur les meilleures pratiques environnementales dans l'ensemble du secteur.
- Mesure régulière de l'impact de l'industrie, afin d'évaluer les progrès et le potentiel au fil du temps.

Le secteur de la musique sur scène au Canada est vaste et varié — des artistes, interprètes et technicien-ne-s au personnel des salles, aux promoteur-ric-e-s et aux employé-e-s de service — et attire des centaines de milliers de touristes chaque année. En outre, les retombées économiques de la musique sur scène se répercutent sur d'autres secteurs, contribuant à la création et à la pérennisation d'emplois dans des secteurs tels que l'hôtellerie, les transports et le commerce de détail. À mesure que la musique sur scène prospère, le secteur génère davantage d'emplois et d'opportunités pour les artistes de développer leur carrière, et libère un potentiel économique encore plus important au profit de tous les Canadien-ne-s.

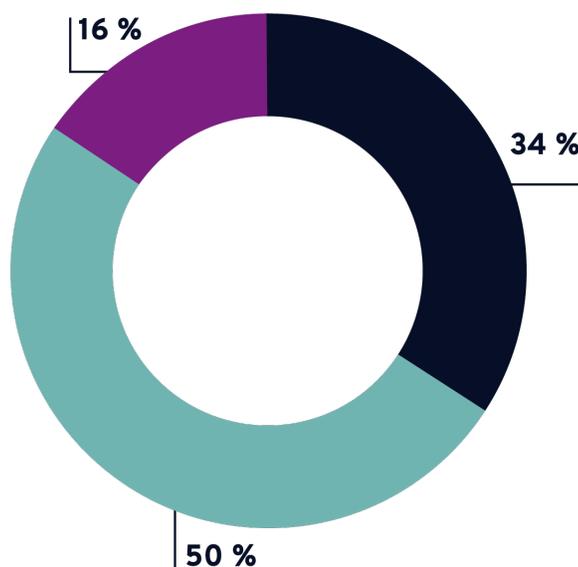


*Osheaga par Benoit Rousseau*

## Appendix A. Répartition des répondant·e·s à l'enquête

La moitié (50 %) des personnes interrogées ont répondu au nom d'une entreprise musicale ou d'une organisation d'arts de la scène; un peu plus d'un tiers (34 %) étaient des artistes autogéré·e·s, des musicien·ne·s, des interprètes, des groupes, des DJ, des chorales ou autres; et 16 % étaient des pigistes de l'industrie musicale. Le tableau suivant présente les répondant·e·s à l'enquête, répartis par type de répondant·e.

Figure 20 : Type de répondant·e à l'enquête



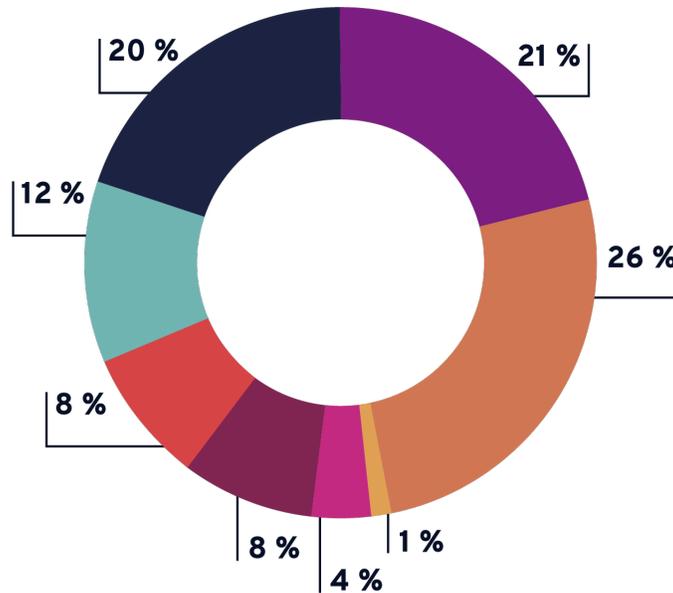
- Un-e artiste, musicien·ne, groupe, DJ, chorale ou relié·e
- Une entreprise musicale ou un organisme d'arts de la scène
- Un-e professionnel·le de l'industrie musicale ou un-e pigiste

*n=652*

*Source : Nordicity, enquête Écoute Active*

Plus d'un cinquième (21 %) des répondant·e·s provenaient d'une salle de spectacle, tandis qu'un peu plus d'un quart (26 %) provenaient d'un festival de musique, d'un événement, d'une vitrine ou d'une cérémonie de remise de prix. La fonction principale des répondant·e·s dans l'industrie est illustrée dans le graphique ci-dessous.

Figure 21 : Rôle principal dans l'industrie musicale



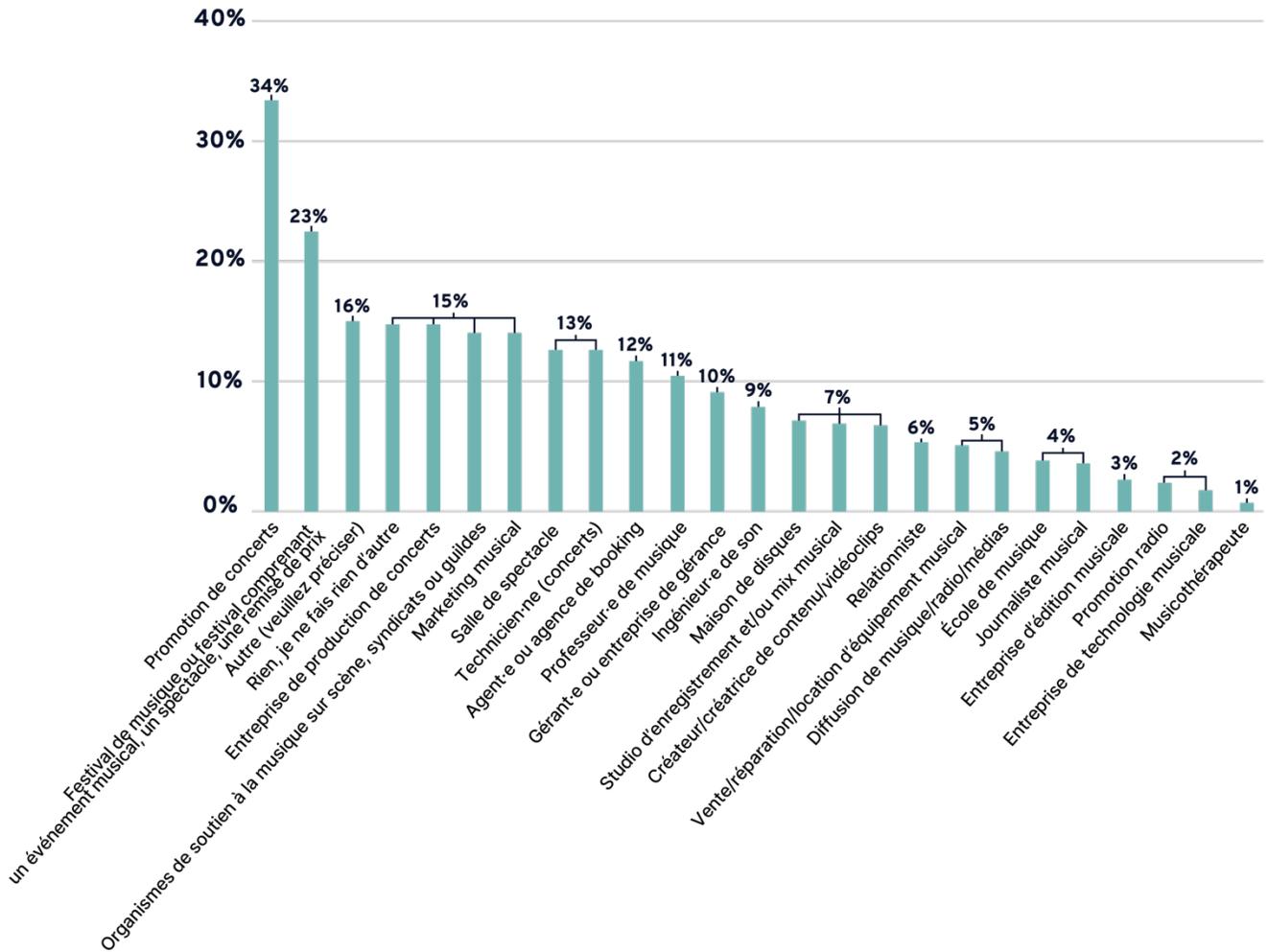
- Salle de spectacle (incluant salles occasionnelles)
- Festival de musique ou festival qui inclut de la musique, événement, vitrine ou gala
- Relationniste
- Agent-e ou agence de booking
- Promotion de concerts
- Gérant-e ou entreprise de gérance (incluant agent-e-s d'artistes/DJ et directeurs/directrices de tournée)
- Production de musique sur scène (par exemple, entreprise de production de concerts, spécialiste AV, technicien-ne de son, roadie, technicien-ne, assistant-e de production, ingénieur-e de son, etc.)
- Autre (veuillez préciser)

n=430

Source : Nordicity, enquête *Écoute Active*

On a également demandé aux répondant-e-s s'ils ou si elles avaient un rôle secondaire dans l'industrie de la musique sur scène, ce qui était le cas pour 85 % des répondant-e-s des entreprises/organisations – ce qui indique que la grande majorité des employé-e-s du secteur portent plusieurs chapeaux professionnels (voir le graphique ci-dessous).

Figure 22 : Rôle secondaire dans l'industrie musicale



n=430

Source : Nordicity, enquête Écoute Active