



le rythme de vos affaires!

Automne 2005

Mot du Président

La SOCAN à l'ère
du numérique



Il y a peu de temps, nous avons entendu parler de nouveaux modes de diffusion musicale. La balado-diffusion (podcasting), la radio Internet, les sonneries et sonneries d'attente, et la radio par satellite, entre autres. Suivre le rythme de la technologie est un défi. La SOCAN veille au nom de ses membres – les auteurs, compositeurs et éditeurs de musique canadiens – et des organisations internationales affiliées à ce que des tarifs soient adoptés pour rémunérer les créateurs et détenteurs de musique.

Le tarif 22 de la SOCAN concernant l'Internet, proposé en 1996 bien avant les téléchargements, en est un bon exemple. Après des années de batailles juridiques et à la suite d'une décision de la Cour Suprême, la SOCAN a représenté ce tarif. Entre la tenue des premières audiences et la décision finale, nos membres auront attendu 12 ans avant d'être payés pour cette utilisation de leur musique. Dans quel autre secteur attend-t-on si longtemps ?

Bref, c'est l'un des objectifs de la SOCAN d'encourager de nouvelles utilisations de la musique, mais pas aux dépens de ses membres.

Earl Rosen

La SOCAN à l'ère du numérique : Où allons-nous maintenant ?

par Alexandra Lopez-Pacheco

Rares sont les aspects de la vie moderne qui n'ont pas été balayés par l'Internet et les nouvelles technologies. Il en va de même pour l'industrie musicale. Qui aurait cru, il y a dix ans, qu'un adolescent pourrait télécharger des milliers de chansons sur un minuscule appareil, appelé lecteur MP3 ? Ou que les consommateurs écouteront de la musique sur leur cellulaire ? D'une certaine façon, notre industrie est l'une des plus touchées par les nouvelles technologies – en bien et en mal. La technologie fournit aux créateurs des outils perfectionnés. Les musiciens, néophytes ou établis, créent des sites Web, des courriels d'alerte, se connectent directement avec leurs admirateurs, et vendent aussi leurs CD en ligne à travers le monde.

Par contre, tandis que ces changements effrénés ont créé une explosion musicale dans la vie quotidienne des gens, l'utilisation accrue de la musique n'a pas conduit à une rémunération adéquate des créateurs. Le fait est que la loi canadienne du droit d'auteur et la sensibilisation du public face au piratage musical traînent loin derrière ces changements.

Depuis le début de l'essor technologique, la SOCAN s'est portée au-devant des changements. Dès les années 1990, elle

exerçait déjà un lobby pour la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur* et pour veiller à rémunérer les créateurs et propriétaires de musique. De même, elle a été la première en 1996 à proposer le tarif 22 sur la communication et l'exécution d'œuvres musicales sur Internet.

Alors que la SOCAN veille à ce que les lois suivent la course technologique afin que notre industrie demeure viable, elle cherche des moyens innovateurs d'aider les utilisateurs de musique à s'adapter à ces changements, comme en leur proposant des licences expérimentales (par ex., balladodiffusion) pour qu'ils s'habituent aux nouveaux tarifs avant même leur adoption par la Commission du droit d'auteur. La SOCAN utilise aussi ces progrès pour être plus efficace. En 2002, elle lançait son initiative de commerce électronique, qui permet aux utilisateurs de demander des licences, de soumettre des rapports et de payer en ligne. Pour plus d'information, visitez www.socan.ca.

D'autres changements viendront. Mais la barque de la SOCAN est prête à conduire ses clients et ses membres dans ces rapides tumultueux, et à aller plus vite que le courant pour manœuvrer.

Luc De Larochellière explique :



« Dès le début de ma carrière, les redevances perçues par la SOCAN ont eu de l'impact. En effet, j'ai eu la chance – entre autres – d'avoir plusieurs succès à la radio. Les chèques de la SOCAN sont une source importante de revenus, qui me permettent de continuer depuis bientôt 20 ans. Je ne pourrais pas arriver, juste avec la vente de mes disques et mes cachets de spectacles. Entre deux albums, ce sont nos chansons qui tournent qui travaillent pour nous, pendant une période où on n'a pas d'autres revenus. Et c'est normal d'être payé à l'utilisation et à la diffusion de notre musique, c'est notre salaire. « En même temps, que ce soit une station de radio, un restaurant, un bar, la musique ça fait partie de sa signature. En restauration, c'est le décor sonore, c'est important au même titre que le reste du décor, que les assiettes et ce qu'il y a dedans. Les restaurateurs paient leurs autres frais, pourquoi pas la musique que je crée et qu'ils diffusent? Et les radios, elles paient leurs animateurs, leurs studios, mais que seraient-elles sans notre musique? »

La musique, les foires et les expositions : rassembler les communautés

par Alexandra Lopez-Pacheco



K-os, membre de la SOCAN, lors de l'édition 2005 du Stampede de Calgary, un événement de renommée mondiale

L'industrie des foires et des expositions apporte plus de 1,3 milliard \$ à notre économie et crée des dizaines de milliers d'emplois. Elle offre aussi un divertissement à des millions de gens en été et en automne. « Il y a aussi l'aspect socioculturel, » dit Terry Payne, président de l'Association canadienne des foires et des expositions (CAFE). « Ces événements jettent un pont entre les cultures. La musique ajoute du piquant à nos activités. » Avec un choix varié, des succès rock et des concerts, la musique est omniprésente. Et cette relation n'est pas à sens unique.

« À l'époque, les gens croyaient qu'il n'y avait plus de place pour la musique en direct, » dit M. Payne. Les foires ont continué de lui offrir une place de choix. Elles contribuent aussi à l'industrie musicale en organisant des concours de chansons, affirme David Bednar, directeur général de CNE (Canadian

National Exhibition). Et elles sont une source de revenus pour les créateurs.

« Nous sommes très bien disposés face à la SOCAN. Nous utilisons beaucoup de musique et nous croyons qu'il est essentiel que les auteurs soient payés, » dit Jim Laurendeau, directeur de la programmation de l'Exposition et du stampede de Calgary.

« Le tarif de la SOCAN est bien conçu car il couvre toutes les musiques que nous utilisons, » dit M. Bednar. « Et ce tarif est juste. » La SOCAN s'est montrée raisonnable dans ses négociations avec la CAFE, et les petites foires sans but lucratif restent viables. Voilà comment la SOCAN crée avec ses clients des liens avantageux pour tous : créateurs de musique, foires, expositions et grand public.

Profitez de la dernière initiative de commerce électronique de la SOCAN

Réglez vos droits de licence avec votre carte de crédit AMEX. Le paiement par carte AMEX, comme avec VISA ou Mastercard, vous évite les problèmes de courrier perdu et le temps de traiter factures, chèques ou paiements en retard (plus les intérêts). Pour en savoir plus, visitez www.socan.ca.

Établir la connexion La SOCAN et ses clients



La SOCAN a récemment remercié deux excellents clients - les Clubs Goodlife Fitness avec 108 salles au pays, et Katzman Enterprises, propriétaires d'une série de clubs de divertissement pour adultes à Windsor, Ontario. Dann Sawa, chef du développement, Goodlife Fitness Clubs (ci-dessus) et Wanda Lanoue, contrôleur, Katzman Enterprises (à droite) ont reçu un « Certificat de reconnaissance du client » de la SOCAN.

Visitez le stand de la SOCAN lors des prochaines expositions :

FitFest, 28 - 29 octobre 2005, campus de l'Université de Moncton, Moncton, N.-B.

Conférence et exposition de l'Association des parcs et centres récréatifs du Nouveau-Brunswick, 3 - 4 novembre 2005, Frédéricton, N.-B.

Association de l'industrie touristique de la Nouvelle-Écosse (TIANS), 13 - 15 novembre 2005, Halifax, N.-É.

Conférence et exposition de la Bar & Beverage, 5 - 7 février 2006, Place Bonaventure, Montréal, Qué.

Conférence et exposition nationale 2006 de l'Association des hôtels du Canada (HAC), 14 - 15 février 2006, InterContinental Toronto Centre

Salon Rest-Hôte, 5 - 7 mars 2006

Food Service Expo, 6 - 7 mars 2006, Vancouver, C.-B.

Exposition de l'Alberta Food & Restaurant Association (ARFEX), 28 - 29 mars 2006, The Round-up Centre, Calgary, Alb.

Expositions de l'Alberta Hotel & Lodging Association, 21 - 24 mai 2006,



Jasper Park Lodge, Jasper, Alb.

Hospitality Expo - À déterminer

Exposition SAX - À déterminer

Salon de l'hébergement de Terre-Neuve et du Labrador - À déterminer

La FAQ

Vous nous avez posé la question ...

J'ai fait jouer de la musique durant des années sans payer de droits de licence. Pourquoi devrais-je en payer, maintenant ?

Selon la *Loi sur le droit d'auteur*, toute exécution publique d'une œuvre musicale protégée par un droit d'auteur exige une licence. Lorsqu'une musique est exécutée en public, ses créateurs ont le droit de recevoir des droits de licence pour vivre. Les tarifs sont fixés par la Commission du droit d'auteur et, en règle générale, ce sont des fractions de cent par titre. Nous veillons à ce que les créateurs et éditeurs de musique soient rémunérés pour l'utilisation de leurs œuvres. Une licence de la SOCAN vous donne l'accès au répertoire mondial des œuvres musicales. Si vous autorisez l'exécution publique d'une musique couverte par un droit d'auteur sans obtenir une licence, vous violez ce droit et nous pourrions être forcés d'engager des poursuites. La SOCAN cherche constamment à rendre l'obtention d'une licence pratique et efficace. En travaillant avec les utilisateurs de musique, nous veillons à ce que « la musique ait ses droits ».

Deux nouveaux clients pour la SOCAN : la bonne dimension !

La SOCAN est heureuse d'annoncer la conclusion d'accords de licence avec deux importants détaillants – Mastermind Toys et American Apparel. Avec dix magasins dans la région de Toronto, Mastermind, l'un des plus grands détaillants de jouets au Canada, donne le bon exemple en démontrant son respect des droits d'auteur

musicaux. American Apparel s'est aussi joint à nos dizaines de milliers de clients. Établi à Los Angeles, American Apparel possède 20 magasins au Canada. Pour en savoir plus sur ces nouveaux clients de la SOCAN, visitez www.mastermindtoys.com et www.americanapparel.net.

MASTERMIND[®]
EDUCATIONAL **toys**

American Apparel[™]

Le Service des licences de la SOCAN termine sa restructuration

par Rick MacMillan

Le Service des licences de la SOCAN a terminé les grandes lignes de son projet de restructuration, qui a pour but de revoir son mandat et sa structure afin d'améliorer son efficacité et d'augmenter les revenus des membres. Ce service est responsable de percevoir les revenus des différents clients de la SOCAN,

incluant les télé et radiodiffuseurs, les producteurs de concerts, restaurants, clubs, services sonores payants, cinémas et une foule d'autres utilisateurs de musique.

En gros, la restructuration crée trois « piliers » ou secteurs d'activités : service à la clientèle, comptes-clients et développement des affaires. Tous les bureaux de la SOCAN auront un

relationiste responsable d'entretenir des relations avec les clients clés et d'éduquer les clients potentiels sur le rôle de l'organisation.

France Lafleur, vice-présidente, Licences et directrice générale, Division du Québec et de l'Atlantique, explique : « Nous voulons que les bonnes personnes soient dans les bons emplois, en tirant parti des talents de tous. »



Les trois nouveaux « piliers » du Service des Licences de la SOCAN.

La restructuration sera implantée de façon graduelle et sera terminée au début 2007.



SOCAN

Société canadienne des auteurs,
compositeurs et éditeurs de musique

Society of Composers, Authors and
Music Publishers of Canada

Aidez-nous à vous aider !

La façon la plus efficace et dynamique pour la SOCAN de communiquer avec ses clients est d'utiliser le pouvoir de la technologie. Envoyez-nous votre adresse de courriel et vous aurez des nouvelles à jour de la SOCAN. Votre représentant local peut être rejoint en écrivant à clients@socan.ca.