



le rythme de vos affaires!

Automne 2007

Mot du Président

Allons de l'avant



Les médias ont fait état récemment du fait que nous avons contacté les salons de coiffure canadiens pour leur faire connaître l'obligation qu'ils ont de détenir une licence de la SOCAN s'ils font jouer de la musique en public dans leur commerce.

J'aimerais rappeler aux utilisateurs de musique qui l'ignorent encore que les redevances que la SOCAN verse à ses membres sont souvent le seul salaire perçu par un auteur ou un compositeur qui n'est pas interprète, comme c'est mon cas. Et que ce n'est pas parce qu'on a payé un disque qu'on a défrayé le coût de son utilisation en public.

Si tous ceux qui croient qu'ils font la promotion des créateurs en jouant leur musique s'abstenaient de payer leur licence, les créateurs ne pourraient plus se permettre de continuer de créer! Heureusement, ce n'est pas le cas, et plus de 31 000 utilisateurs de musique détiennent une licence de la SOCAN.

Pierre-Daniel Rheault

La coupe du monde FIFA pour moins de 20 ans

par Alexandra Lopez-Pacheco



Photo FIFA : canadasoccer.com

Avec plus d'un million de spectateurs, 52 matches disputés dans six villes canadiennes, de Montréal à Victoria, la Coupe mondiale U-20 Canada 2007 de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) est l'un des plus grands événements sportifs de l'histoire canadienne. Organisé par l'Association canadienne de soccer, il a brisé tous les records d'assistance de l'histoire des coupes mondiales des moins de vingt ans (U-20) de la FIFA. Et pour chaque match, dans chaque stade, il y avait de la musique pour rehausser le niveau d'enthousiasme de la foule.

« Nous savions que nous allions utiliser de la musique, » dit Richard Ivan, directeur du marketing de l'Association canadienne de soccer pour la Coupe FIFA U-20. « Elle ajoute de la valeur au divertissement. Il y avait de la musique dans chaque stade, de l'arrivée du public jusqu'à son départ. » De plus, la FIFA

U-20 2007 avait sa propre chanson thème, « Who's Got It », d'illScarlett, groupe membre de la SOCAN établi à Mississauga, en Ontario. Mais l'association ne voulait pas seulement utiliser de la musique, elle voulait le faire correctement, légalement et de sorte que les compositeurs de cette musique qui rehausse la valeur des matches soient rémunérés en toute équité. C'est pourquoi l'association a contacté la SOCAN lors de la préparation de l'événement. « Les représentants de la SOCAN ont été très utiles, » dit M. Ivan. « Ils ont répondu à toutes nos questions et assuré un suivi pour garantir que nous avons bien compris et que les bons formulaires avaient été remplis. » Grâce à l'aide de la SOCAN, de dire M. Ivan, le processus s'est déroulé sans anicroche. Bien que l'Argentine ait remporté la finale de la Coupe mondiale FIFA U-20, elle ne fut la seule gagnante. Grâce à la coordination impeccable de l'Association canadienne de soccer, l'événement a été une victoire pour l'organisation, les spectateurs, les joueurs, le sport en soi et tous les gens qui ont participé à l'événement, y compris les artistes qui ont rempli les stades de leur musique. À venir : l'association se propose d'accueillir la Coupe mondiale féminine de la FIFA en 2011.

La FSAC et la SOCAN... Travailler ensemble



Un des rôles de l'Association du service funéraire du Canada (FSAC) est de fournir à ses membres des renseignements qui les aideront à offrir un service irréprochable aux familles. Sa direction a noué d'excellentes relations avec la SOCAN et contribué à informer ses membres sur nous. À ce jour, plus de 200 licences ont été émises par la SOCAN aux membres de la FSAC. Bien que la *Loi sur le droit d'auteur* exempte de licence toute musique utilisée lors des services funéraires (ou d'autres services religieux), nos licences couvrent l'utilisation de musique de fond (Tarif 15A) dans les halls et salles d'attente des salons et/ou la musique d'attente (Tarif 15B). Grâce aux efforts exceptionnels de la FSAC, plus de licences sont demandées chaque semaine. Suzanne Scott, directrice de la FSAC, explique : « Il nous semble logique que la FSAC soit l'une des premières à reconnaître la valeur de la musique dans une entreprise, ainsi que le besoin pour ceux qui l'ont composée de pouvoir continuer à en composer. »

Série musicale Second Cup Café

par Laurence Godfrey



Les artistes canadiens en vedette dans la série Café de la musique Second Cup sont, ci-dessus, Colin James, Ima et Corneille. Pour plus d'information, visitez le site www.secondcup.com. Photo d'Ima : Michel Cloutier; photo de Corneille : Yanik Déry

Les icônes et les étoiles montantes de la musique populaire canadienne vont de nouveau faire vibrer les lieux intimes d'où elles ont émergé : les cafés.

Second Cup et la Songwriters Association of Canada (S.A.C.) s'associent afin d'offrir aux amateurs de café une expérience musicale « de quartier » : la Série musicale Second Cup Café. Cette initiative, qui en est aujourd'hui à sa deuxième année, présentera des talents en émergence ainsi que des artistes établis comme Corneille qui offriront des prestations pour des invités et des représentants des médias et de l'industrie dans les cafés Second Cup d'un bout à l'autre du pays. Ce programme, offert par cette chaîne canadienne de cafés, est pour Second Cup le moyen de promouvoir la musique canadienne et de rapprocher les amoureux de la musique de leurs rockeurs favoris et des futures étoiles.

Second Cup offrira également à d'autres artistes en herbe l'occasion de rencontrer le public dans ses 360 cafés à travers le pays.

Tout comme les vedettes folk-rock telles que Bob Dylan et Joni Mitchell, qui ont gratté leur guitare dans les cafés avant de conquérir les grandes salles, les musiciens émergents du Canada auront la chance de montrer au public de quoi ils sont faits. Une base de données en ligne, créée par Second Cup et la S.A.C., permettra aux propriétaires des cafés Second Cup de tout le pays de trouver et d'engager des talents locaux pour offrir des prestations dans leurs établissements.

Les nouveaux artistes qui recherchent de telles occasions de se présenter en spectacle dans les cafés Second Cup n'ont qu'à en faire la demande par courriel à music@secondcup.com ou visiter www.songwriters.ca.

Vos affaires sont nos affaires

La SOCAN recherche sans cesse des moyens d'améliorer ses services. Que ce soit les brochures *Imaginez votre entreprise sans musique !* ou nos services en ligne, nous visons à combler tous vos besoins en licences. Pour en savoir plus, visitez www.socan.ca ou composez 1.866.944.6224.

Nous sommes là ! La SOCAN en 2007-08



À la SOCAN, nous essayons de rejoindre le plus grand nombre possible de nos utilisateurs de musique. Pour en savoir plus sur nous, nous vous invitons à passer à notre stand à l'occasion des événements suivants et à parler à l'un de nos représentants :

Congrès de la CAPACOA, 1^{er} – 5 novembre, Ottawa, Ont.

Conférence et Salon Golf Business Canada, 9 novembre, Halifax, N.-É.

Salon de l'Organisateur, 15 et 16 novembre, Montréal, Québec

Exposition et congrès de l'industrie de l'hospitalité de C.-B., 19 et 20 novembre, Vancouver, C.-B.

Tourism Industry Association of NS Conference (TIANS), 25 – 27 novembre, Dartmouth, N.-É.

The Total Wedding Show, 18 – 20 janvier 2008, Mississauga, Ont.

Foodservice Expo de la C.-B., 28 – 29 janvier 2008, Vancouver, C.-B.

Congrès 2008 de l'Association des hôtels du Canada, 25 et 26 février 2008, Toronto, Ont.



Photo de gauche : Laurence Godfrey de la SOCAN avec Dylan Murray, membre de la SOCAN, à la conférence COCA 2007. Photo ci-dessus : Jonathan Moreau et Yanik Hardy de la SOCAN lors de l'Omnium de golf de l'ARQ.

RAPPORT FINANCIER 2006 DE LA SOCAN



La SOCAN a réparti 164,0 millions à ses membres et aux organisations internationales affiliées (représentant les créateurs et éditeurs de musique des marchés étrangers) en 2006. Les revenus ont totalisé 208,8 millions, incluant 38,9 millions reçus de l'international. Les revenus de la SOCAN proviennent de droits de licence d'exécution d'origine nationale (radio, télévision, câble, services sonores payants, concerts, cinémas et tarifs de licences générales), redevances pour des exécutions de nos membres à l'international et droits de copie privée. En 2006, 84% des revenus totaux ont été distribués à nos membres et organisations internationales affiliées.

Chez Beddington's, la musique crée une atmosphère de détente

Les magasins de décoration Beddington's Bed & Bath, avec leurs 12 succursales en Ontario, sont le plus récent client de la SOCAN. Jordan Rosove de Beddington's a centralisé le système audio de l'entreprise, les choix musicaux allant du contemporain au rétro. « Nous voulons que les clients se sentent détendus, dit-il. C'est pourquoi

la musique est si importante. Je considère la musique comme un service faisant partie de nos magasins. » Beddington's se distingue des magasins à grande surface par son environnement agréable et son excellent service à la clientèle, et présente les meilleurs produits disponibles sur le marché. **Visitez www.beddingtons.com.**



La SOCAN rejoint les salons de coiffure

Par Bill Wilson

Les communications de la SOCAN avec l'industrie de la coiffure ont récemment bénéficié d'une couverture au Canada, ce qui a constitué une excellente occasion pour expliquer comment notre équipe de développement des affaires contacte ses clients potentiels.

La SOCAN a expliqué aux médias notre mission à l'occasion de la campagne des salons de coiffure, et une publicité fut placée dans les numéros de juillet-août et septembre du magazine bilingue *Hairdresser*, comportant l'illustration et le slogan figurant à droite. Les salons doivent en général payer des droits à la SOCAN en vertu du Tarif 15A (Musique de fond, excluant la danse) et/ou du Tarif 15B (Attente musicale).

« Nous essayons de contacter tous les utilisateurs de musique, » dit France Lafleur, vice-présidente, Licences. « Nous les contactons de différentes façons, y compris par des communications avec leurs associations professionnelles. Il est essentiel pour nous d'avoir de bonnes relations avec les différentes industries qui représentent nos clients et nos futurs clients. »

La musique,
de mèche
avec vous



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 en utilisant le pouvoir de la technologie. Envoyez-nous votre adresse de courriel et vous aurez des nouvelles régulièrement de la SOCAN. Votre représentant local peut être rejoint en écrivant à clients@socan.ca.

Retourner le courrier non livrable aux adresses canadiennes à :

SOCAN

41, chemin Valleybrook

Toronto, ON M3B 2S6