

La consommation d'enregistrements musicaux au Québec en 2022

Lysandre Champagne

Observatoire de la culture et des communications du Québec

Faits saillants

La consommation sur les services de diffusion de musique en continu sur demande¹

- Au Québec, 23,9 milliards de pistes musicales ont été écoutées en 2022, dont 28 % de nouveautés (des titres commercialisés 18 mois ou moins avant l'écoute).
- La part d'écoute des pistes d'interprètes du Québec est de 8 % ; le tiers de ces pistes sont des nouveautés.
- Les régions métropolitaines de recensement (RMR) de Montréal et d'Ottawa-Gatineau sont les territoires qui présentent les plus faibles parts d'écoute d'interprètes du Québec (7 %). Cette part est 10 % dans la RMR de Québec et de 12 % dans les autres territoires du Québec.
- Dans le palmarès des 10 000 pistes les plus écoutées en 2022 :
 - 8,6 % sont interprétées en français (5,3 % sont d'interprètes du Québec et 3,3 %, d'interprètes de l'extérieur de la province) ;
 - 85,7 % sont interprétées en anglais (1,4 % sont d'interprètes du Québec et 84,3 %, d'interprètes de l'extérieur de la province) ;
 - 5,5 % sont interprétées dans une autre langue ou sont instrumentales, et sont d'interprètes de l'extérieur du Québec (la part des pistes dans une autre langue ou instrumentales d'interprètes du Québec frôle le zéro).

Suite à la page 2

1. L'appellation « sur demande » réfère à une classification des plateformes de service selon le mode de diffusion interactif (donc non programmé), voir note méthodologique.

L'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec analyse les statistiques relatives à la consommation d'enregistrements musicaux depuis 2002. Cette édition met l'accent sur la consommation sur les services de musique en continu afin d'offrir un portrait exhaustif des tendances d'écoute dans le monde numérique. Nous poursuivons l'étude des ventes sur support physique (disques compacts, cassettes et disques vinyle), ainsi qu'en fichier numérique, en formats piste et album. En analysant ces différents modes de consommation, nous détaillons les parts de marché occupées par les produits selon la provenance de l'interprète, de la langue d'interprétation, le moment de commercialisation (nouveauté ou catalogue) et les genres musicaux. Nous avons également intégré des statistiques relatives aux revenus et aux marges bénéficiaires des entreprises en production et en distribution (lorsque celle-ci est intégrée à la production) et des studios d'enregistrement au Québec. Le bulletin se termine par une analyse de la concentration industrielle dans les cinq dernières années et par la présentation des palmarès annuels des titres et des interprètes les plus populaires pour tous les modes de consommation.

Voir l'avis de révision >

- 56 % de l'écoute au Québec a eu lieu dans la ville de Montréal, marché qui affiche la plus importante part d'écoute de RnB/hip-hop et de rap (25 %), et la plus faible part d'écoute de titres interprétés en français (6,5 %).
- Quatre pistes d'interprètes du Québec figurent parmi les 100 pistes les plus écoutées :
 - *Copilote* (version Grignotines de Luxe) de FouKi et Jay Scøtt en 25^e position ;
 - *L'Amérique pleure* des Cowboys fringants en 68^e position ;
 - *Lullaby* d'Alicia Moffet en 72^e position ;
 - *Meaningless* de Charlotte Cardin en 93^e position.

Les ventes de produits musicaux

- La baisse des ventes se poursuit pour les disques compacts (- 19 %), les albums en fichier numérique (- 19 %) et les pistes en fichier numérique (- 13 %) par rapport à 2021.
- La part d'interprètes du Québec dans les ventes d'albums a été de 29 % en 2022, soit une baisse de 6 points de pourcentage par rapport à 2021. Ce résultat est le plus faible en 8 ans.
- La part des ventes d'enregistrements musicaux interprétés en français est à la hausse pour la première fois depuis cinq ans pour tous les formats et supports d'achat.
- La part des ventes de nouveautés d'interprètes du Québec, tous formats confondus, est passée de 53 % en 2021 à 38 % en 2022.
- Le disque vinyle est l'unique produit dont les ventes ont été en hausse (2,6 %) en 2022 par rapport à 2021 et pour lequel les ventes de nouveautés ont augmenté (+ 13 points de pourcentage au cours des cinq dernières années).

Lexique

Écoute : type de consommation faite sur les plateformes numériques de service de diffusion de musique en continu sur demande.

Poids de l'écoute : part de l'écoute pour un même produit dans l'ensemble des écoutes faites sur une période donnée.

La nouveauté : produits musicaux commercialisés depuis 18 mois ou moins avant le moment de la consommation.

Le catalogue : produits musicaux commercialisés depuis plus de 18 mois au moment de la consommation.

Métadonnée : informations qualitatives et quantitatives rattachées à un fichier numérique et à sa circulation. Il peut s'agir de différents éléments : description d'un titre (genre musical, nom de l'interprète, titre de l'œuvre), usage (nombre d'écoutes),

profil démographique des personnes consommatrices (géolocalisation, genre ou âge), etc.

Musique en flux : mode de diffusion et d'écoute offert par les services de diffusion de musique en continu qui permet d'éviter le téléchargement et l'achat des enregistrements musicaux (*streaming*, en anglais).

23,9 milliards d'écoutes, «ça fait beaucoup de seuls ensemble»¹ : premier portrait annuel de la consommation musicale sur les services de diffusion en continu au Québec

En 2022, 23,9 milliards d'écoutes ont été compilées au Québec sur les services de diffusion de musique en continu. Pour la première fois, ce bulletin présente une analyse annuelle de cette pratique de consommation. L'objectif de cette première section est de brosser un portrait le plus complet et exhaustif possible de l'écoute de musique au Québec et de ses tendances.

Les écoutes du Québec (23,9 G) représentent une part de 21,2 % de la consommation canadienne (112,9 G), ce qui s'approche de son poids démographique au pays (22,4 %). Dans une autre perspective, 23,9 milliards d'écoutes représentent environ 7 pistes écoutées par jour, par personne vivant au Québec (tous âges confondus) en 2022. Bien entendu, cette consommation

dépend du nombre de personnes abonnées (ou partageant un même abonnement) et des pratiques d'écoute de celles-ci.

La consommation en hausse au Québec

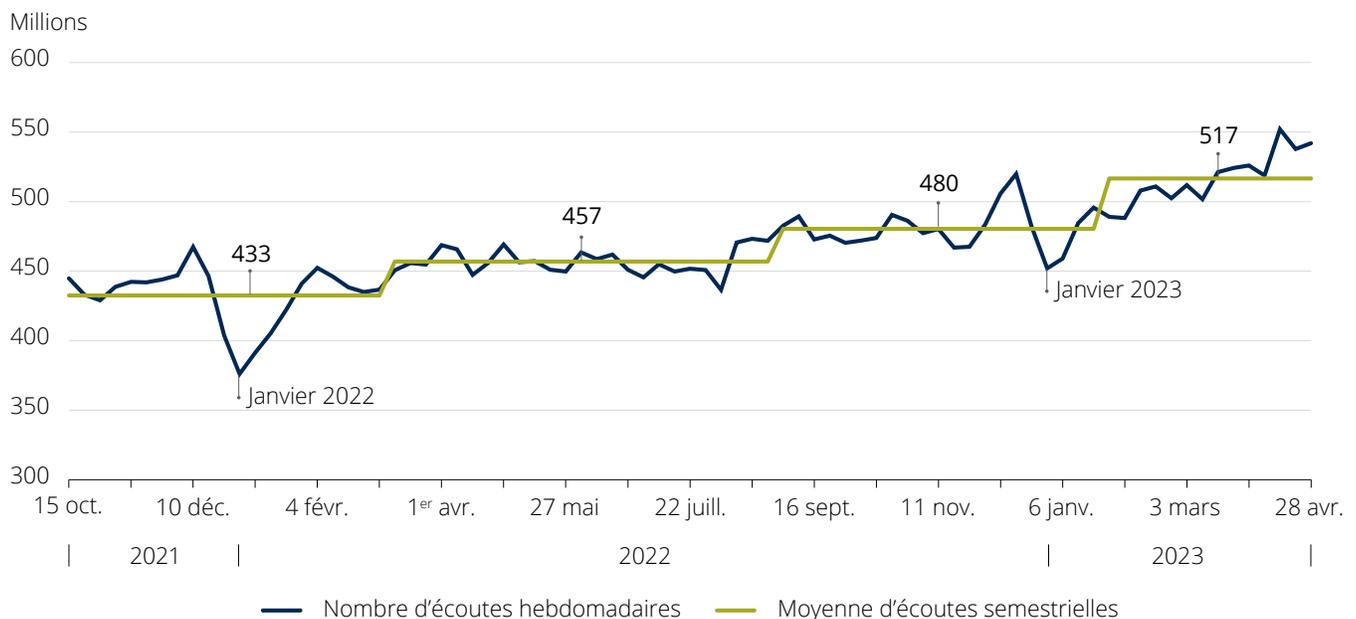
En 2022, la moyenne hebdomadaire d'écoute a été de 459 millions, alors qu'elle était de 430 millions selon les données cumulées de 2021 (seules les données du 15 octobre au 31 décembre sont disponibles pour 2021). Nous estimons que le taux d'augmentation hebdomadaire moyen a été de 0,5 % pour le Québec comparativement à 0,31 % pour l'ensemble du Canada en 2022. Selon le rapport de la Fédération internationale de l'industrie

phonographique², les revenus d'abonnement aux plateformes de service de diffusion de musique en continu sur demande au Canada ont augmenté de 8,4 % en 2022, ce qui renforce l'hypothèse selon laquelle cette hausse de consommation résulte d'une augmentation du nombre de personnes abonnées et non seulement d'une hausse de la consommation par personne.

Bien qu'elle soit massive, la consommation hebdomadaire de la province suit une courbe en dents de scie au fil des semaines (figure 1). On remarque aussi que le nombre d'écoutes présente des paliers de consommation pouvant être associés à des événements sociaux. Ceux-ci ont été observés sur une base semestrielle³.

Figure 1

Consommation hebdomadaire sur les services diffusion de musique en continu sur demande, Québec, du 15 octobre 2021 au 4 mai 2023



Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

1. Extrait de la chanson « Dans un sputnik » de Daniel Bélanger, tirée de l'album *Rêver mieux* (2001).

2. MUSIC CANADA (2023), *IFPI releases Global Music Report 2023, highlighting the continued importance of local music to the global industry*, [En ligne], musiccanada.com/news/ifpi-releases-global-music-report-2023-highlighting-the-continued-importance-of-local-music-to-the-global-industry/.

3. Exceptionnellement, nous dépassons un peu l'analyse de l'année 2022 en nous avançant sur les premières données disponibles de 2023 afin de comparer des paliers semestriels.

Au premier palier, qui commence le 15 octobre 2021 (premières données disponibles au Québec) et se termine le 10 mars 2022 (deux jours avant la levée de la plupart des mesures sanitaires⁴), la moyenne d'écoutes hebdomadaire a été de 433 millions, des fluctuations importantes sont observées après la période des Fêtes de fin d'année (figure 2). Le deuxième palier, qui correspond à la période du 11 mars au 1^{er} septembre 2022, se termine avec une baisse de consommation qui atteint son plus bas niveau lors des vacances de la construction. La consommation est stable et plus faible lors du mois de juillet. La moyenne hebdomadaire de ce palier est de 457 millions d'écoutes (une hausse de 6 % par rapport au premier palier). Le troisième palier, qui va du 2 septembre au 26 janvier 2023, se démarque par une moyenne de 480 millions d'écoutes par semaine et une hausse de l'écoute moyenne de 5 % par rapport au deuxième palier. Le dernier et plus récent palier, qui va de la fin janvier à

mai 2023, affiche la moyenne la plus élevée, soit 617 millions d'écoutes par semaine, ce qui correspond à une hausse de 8 % par rapport au troisième palier. Si on regarde au-delà des fluctuations en lien avec les activités et les événements sociaux tels que les vacances et le temps des Fêtes, on observe une tendance de fond qui indique une croissance de l'écoute au Québec.

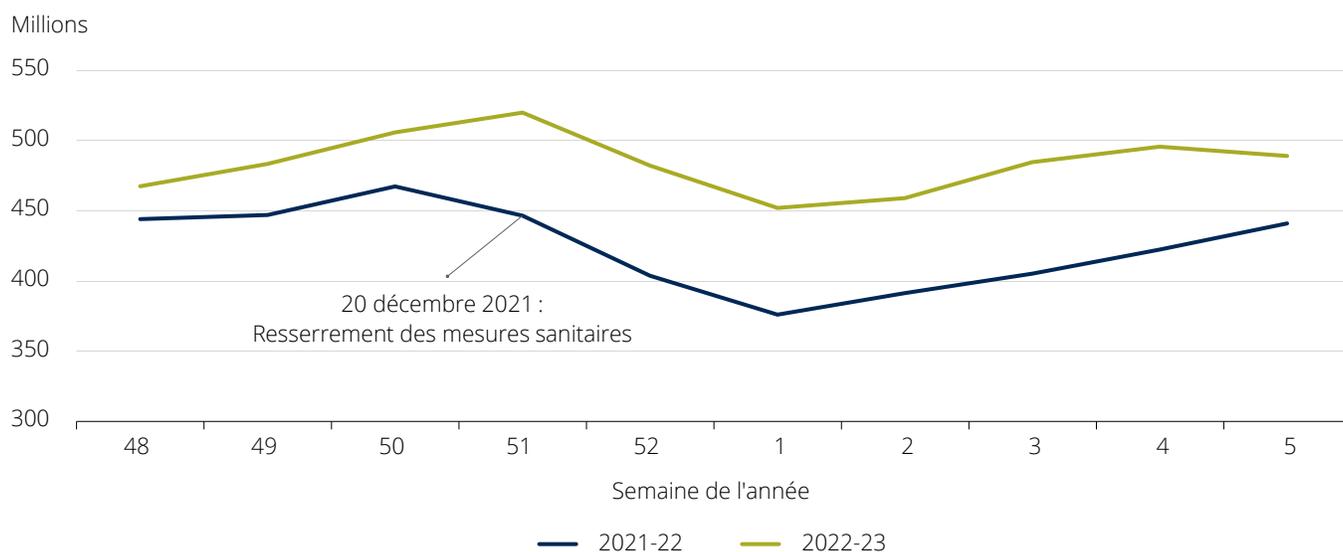
Écoute hebdomadaire : temps forts et temps faibles de l'année

Les plus importantes variations dans la consommation de musique en flux en 2021 et 2022 ont eu lieu dans le temps des Fêtes (figure 1) ce qui nous renseigne sur les pratiques d'écoute de musique au Québec. Si elle grimpe durant les semaines précédant la période de vacances, semaines où la consommation de catalogue et du genre musical « Holidays » est la plus importante, la consommation baisse durant le temps

des Fêtes (figure 2). Le même phénomène s'est répété au passage de 2021 à 2022 et l'année suivante. La différence entre les deux courbes (la première descend plus tôt que la deuxième) pourrait être due à la période de confinement de décembre 2021, qui a provoqué une baisse rapide et importante. En 2021, la baisse a été de 20 %, alors qu'en 2022, elle a été de 13 % entre les moments de consommation les plus forts et les moments les plus faibles. D'après les informations que nous avons sur la consommation à Montréal, qui connaît son plus bas taux de consommation hebdomadaire durant la période des Fêtes (49 % en 2022), ainsi que d'après l'analyse des différents paliers semestriels de consommation, notre hypothèse serait que les variations d'écoute sont dues en partie au temps de transport et de travail. En d'autres mots, la consommation est moins importante durant les périodes de vacances que durant les périodes de travail.

Figure 2

Consommation hebdomadaire sur les services de diffusion de musique en continu sur demande durant le temps des Fêtes, Québec 2021 et 2022



Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

4. Institut national de santé publique du Québec, *Ligne du temps COVID-19 au Québec*, [En ligne], www.inspq.qc.ca/covid-19/donnees/ligne-du-temps (Consulté le 6 juillet 2023).

Concentration de l'écoute dans la ville de Montréal

En 2022, 70 % de l'écoute au Québec a eu lieu dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal, 9 % dans la RMR de Québec, 3 % dans la RMR d'Ottawa-Hull⁵ et 18 % dans le reste du Québec. La RMR de Montréal a une population qui équivaut à 50,4 % de la population du Québec, alors que le poids de l'écoute y est de 70 % en 2022. Phénomène notable, la part d'écoute faite dans la ville de Montréal est de 56 %, alors que sa population ne représente que 23 % de celle de la province⁶.

La concentration de la consommation dans la ville de Montréal s'explique en partie par la méthodologie employée par les plateformes de service de diffusion pour localiser les écoutes, qui sont géolocalisées à partir du code postal associé au lieu d'écoute. Il est possible que les gens de Montréal

soient plus nombreux à être abonnés à ces services, mais aussi que les personnes venant y travailler fassent augmenter la part des écoutes pour la ville de Montréal. Cette seconde hypothèse semble plausible lorsqu'on observe les variations hebdomadaires de la consommation : la part d'écoute de la ville de Montréal varie entre 49 % et 60 % au fil des semaines et atteint ses plus faibles taux lors des vacances (le temps des Fêtes et les vacances de la construction). Ce constat vient appuyer l'hypothèse d'une pratique d'écoute liée au temps consacré au travail et aux déplacements.

Les internautes et la consommation de musique au Québec

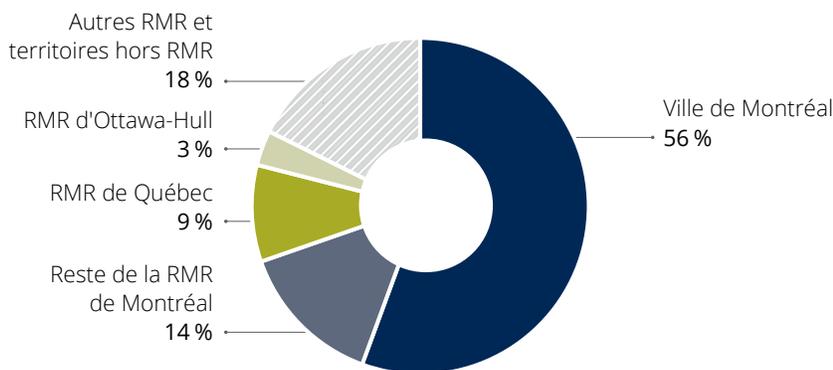
Les données tirées de [l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet](#)⁷ montrent qu'en 2020, 76,8 % des internautes du Québec ont écouté de la musique sur Internet au

cours des trois mois précédant l'enquête. Dans la province, la plus grande part d'internautes ayant écouté de la musique sur Internet se trouve dans la RMR de Montréal (80,1 %). De plus, les jeunes sont plus nombreux à écouter de la musique sur Internet que les personnes des autres tranches d'âge : 94,7 % de la population âgée de 15 à 24 ans écoute de la musique en ligne. Il est possible que l'importance de la population âgée de 15 à 24 ans, plus élevée dans la RMR de Montréal (11,4 %) que dans l'ensemble du Québec (10,6 %)⁸, contribue à l'importante consommation sur ces services dans la RMR de Montréal. L'hypothèse est que cette particularité démographique est l'un des facteurs explicatifs de l'importance de l'écoute dans la RMR de Montréal.

En somme, trois hypothèses pourraient expliquer les pratiques de consommation sur ces plateformes de service. Premièrement, le nombre de pistes écoutées a été à la hausse en 2022 au Québec et cette tendance devrait se poursuivre en 2023. Deuxièmement, l'analyse des variations hebdomadaires de la consommation de la ville de Montréal porte à croire qu'une part importante des écoutes est liée au temps de travail (déplacements et travail lui-même). Troisièmement, l'importante consommation de musique chez les internautes de 15 à 24 ans de même que l'importante présence de personnes de cette tranche d'âge dans la population de la RMR de Montréal peuvent en partie expliquer la forte consommation de musique sur les plateformes de service dans la RMR de Montréal. Les données de 2023 nous permettront d'analyser la croissance de l'écoute selon les différents territoires de la province et de valider, ou d'invalider, certaines hypothèses sur les tendances d'écoute au Québec.

Figure 3

Part de la consommation sur les services de diffusion de musique en continu sur demande par RMR, Québec, 2022



Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

5. Les données de la RMR d'Ottawa-Hull ne concernent que la partie du Québec, voir la section méthodologie.

6. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2023). *Fiches démographiques – Les régions administratives du Québec en 2022* [En ligne], Québec, L'Institut, 46 p. [[Fiches démographiques - Les régions administratives du Québec en 2022 \(quebec.ca\)](#)].

7. Pour une compilation des données sur le Québec réalisée par l'ISQ à partir de l'enquête de statistique Canada, voir : MARCEAU, Sylvie (2023). « Consommation de contenus culturels sur Internet en 2018 et 2020 », *Optique culture*, [En ligne], n° 87, mai, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-42 [[statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-contenus-culturels-Internet-2018-2020.pdf](#)].

8. StatCan, *Estimations démographiques annuelles, régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement : tableau interactif*, [En ligne]. [Estimations démographiques annuelles, régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement : tableau de bord interactif \(statcan.gc.ca\)](#) (Consulté le 29 juin 2023).

Tendances de consommation sur les services de musique en continu : qu'écoutons-nous ?

Les genres musicaux les plus écoutés

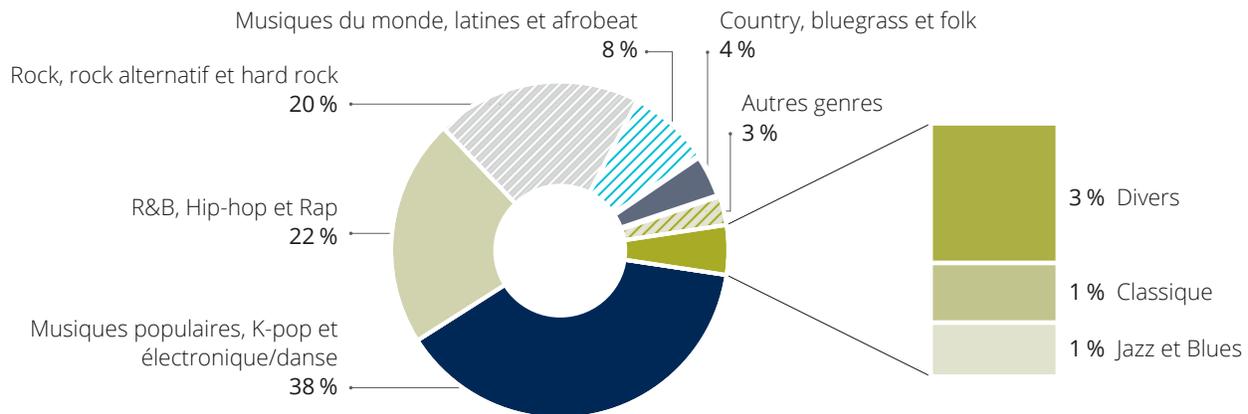
Le classement des genres musicaux présenté dans cette section provient de la base de données de Luminate et des métadonnées musicales⁹ fournies par les plateformes de service. Pour cette analyse, nous avons effectué une ventilation selon les marchés québécois¹⁰ et procédé au regroupement des genres musicaux (voir figure 4). La catégorie « autres genres » est un regroupement de genres musicaux dont la part d'écoute est marginale¹¹ et la catégorie « divers » regroupe des produits dont la définition ne correspond à aucun genre musical¹².

L'analyse par marchés (RMR, territoires hors RMR ou villes) montre que certains d'entre eux se démarquent par une consommation particulièrement importante de certains genres musicaux (tableaux 9 et 10). La ville de Montréal a une plus grande consommation de RnB/hip-hop (16 %) et de rap (9 %), qui élève à 25 % sa consommation pour ces genres. La ville de Montréal affiche aussi une plus forte consommation de musiques latines (4 %) et d'Afrobeat (2 %), et a par conséquent la plus forte consommation de musiques

du monde de la province (9 %). La RMR de Québec a la plus forte consommation de rock alternatif (7 %) et se trouve ex aequo avec la RMR de Shawinigan et les régions de l'est de la province (sans RMR) pour l'écoute de la catégorie « rock » (23 %) alors que la plus importante consommation de musique country (7 %) est observée dans l'est du Québec. Finalement, Chicoutimi-Jonquière affiche les plus grandes proportions d'écoute de musiques populaires (42 %) dont (5,5 %) de musique électronique et de danse.

Figure 4

Part des genres musicaux dans la consommation sur les services de diffusion de musique en continu sur demande, Québec, 2022



Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

9. Les métadonnées musicales comprennent la description d'un enregistrement (titre, artiste, genre musical, etc.) fournie par l'artiste ou la maison de production, mais aussi les données générées par les plateformes de service. Ces dernières développent des métadonnées sur le signal sonore (durée, genre et sous genre musical, ambiance, etc.) qu'elles attribuent aux différents titres. Référence : Knibbe, Julie (2023), « L'influence des mesures de performance sur les musiciens », *Musique et données, de la recherche aux usages*, Centre national de la musique, p.23

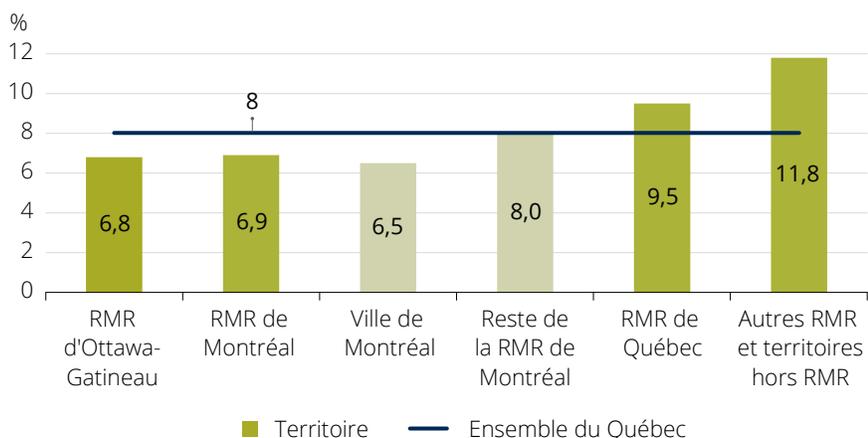
10. L'analyse des genres musicaux provient de Luminate Data et a été effectuée à partir des données localisées par marchés (système des RMR de StatCan) tirées des plateformes de service produisant ce type de données au Canada, c'est-à-dire Spotify, Amazon et Tidal. Il est donc possible que cette répartition soit différente sur les autres plateformes de service. La classification des genres musicaux est elle aussi produite par ces services et se décline en 41 genres que nous avons regroupés. Ceux-ci ne correspondent pas au classement effectué par l'ADISQ, qui est utilisé pour la classification des ventes d'enregistrements musicaux plus bas.

11. La catégorie « Autres genres » contient les genres « autre », « Broadway », « New age », « Unassigned », « Vocal », « Christian », « Christian-Gospel » et « Gospel ».

12. La catégorie « Divers » contient les produits étiquetés « Children », « Comedy », « Holiday/Seasonal », « Karaoke », « Music video » et « Soundtrack ».

Figure 5

Part de l'écoute¹ d'interprètes du Québec sur les services de diffusion de musique en continu sur demande par territoire, Québec, 2022



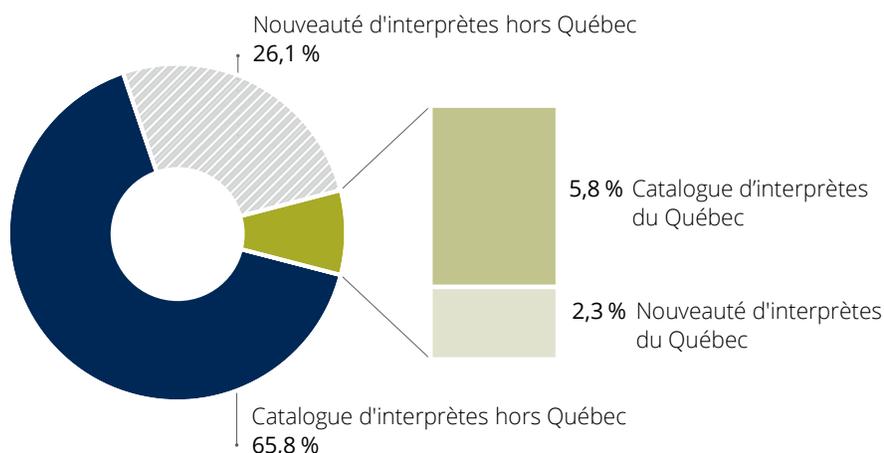
1. La part de consommation de produits d'interprètes du Québec a été estimée à partir de l'analyse des 10 000 interprètes ayant cumulé le plus d'écoutes sur les services de musique en continu sur demande au Québec.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 6

Part de l'écoute¹ selon la provenance des interprètes et le moment de commercialisation² sur les services de diffusion en continu sur demande, Québec 2022



1. La part de consommation de produits d'interprètes du Québec a été estimée à partir de l'analyse des 10 000 interprètes ayant cumulé le plus d'écoutes sur les services de diffusion de musique en continu sur demande au Québec.

2. Les produits ayant été commercialisés 18 mois ou moins avant la consommation sont considérés comme de la nouveauté et ceux âgés de plus de 18 mois, comme du catalogue. Ces parts ont été calculées à partir de l'écoute hebdomadaire cumulée de l'année.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'écoute de titres d'interprètes du Québec

L'analyse des 10 000 interprètes¹³ ayant le plus d'écoutes montre que la part québécoise représente seulement 8 % du poids de l'écoute annuelle (figure 5). Le poids de l'écoute des pistes d'interprètes du Québec varie selon les RMR : les taux les plus faibles sont observés dans la RMR d'Ottawa-Hull (6,8 %) et dans celle de Montréal (6,9 %). Le poids est au-dessus de la moyenne québécoise dans la RMR de Québec (9,5 %) et atteint son plus haut niveau dans les autres RMR et territoires hors RMR du Québec (11,8 %) (figure 5). On observe également une différence entre la consommation dans la ville de Montréal et celle dans le reste de la RMR : l'écoute d'interprètes du Québec est à son plus faible dans la ville de Montréal (6,5 %) et monte à 8 % dans le reste de la RMR (figure 5). Comme on le mentionne plus haut, la composition démographique influence la consommation d'écoute sur les services en ligne ainsi que les tendances d'écoute des différents genres musicaux. Il est possible que la composition démographique influence aussi la consommation de produits d'interprètes du Québec.

Écoute-t-on de vieux succès ou des nouveautés d'interprètes du Québec ?

Dans l'industrie de la musique, les produits sont classés comme de la nouveauté jusqu'à 18 mois après leur commercialisation, à la suite de quoi ils tombent dans la catégorie « catalogue ». Cette catégorisation repose sur les mesures prises pour favoriser la visibilité d'un enregistrement dans les magasins ou sur les services de diffusion, qui varient selon le délai écoulé depuis la sortie de celui-ci. La part de catalogue écoutée sur les services de diffusion en continu en 2022 au Québec a été de 72 % et celle de nouveauté de 28 %. En appliquant ce ratio nouveauté/catalogue à la part qu'occupe la liste des 10 000 interprètes du Québec ayant le plus d'écoutes (8 %), on estime que la part de nouveauté québécoise compte pour 2 % de la consommation provinciale (figure 6).

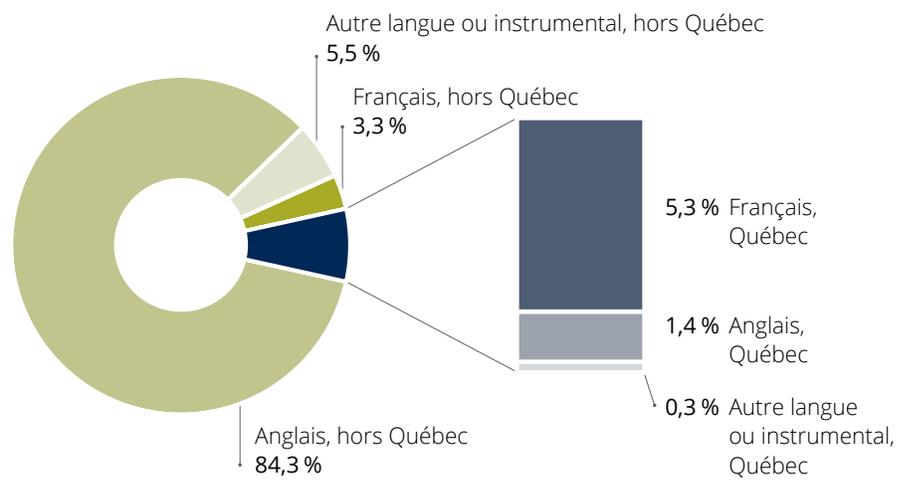
13. Dans cette publication, nous avons choisi d'utiliser le terme *interprète* plutôt qu'*artiste* étant donné que les données de consommation concernent le produit vendu, généralement porté par l'interprète, et ne tiennent pas compte des personnes ayant œuvré à la composition musicale, aux arrangements ou à l'écriture des paroles.

Pistes interprétées en français d'interprètes d'ici et d'ailleurs

Comme on l'énonce plus haut, sur les 10 000 pistes les plus écoutées, la part québécoise est de 7 %. Parmi celles-ci, les pistes en français¹⁴ occupent les trois quarts de la part québécoise et celles en anglais, le cinquième. Le reste est soit instrumental, soit dans une autre langue (figure 7). Phénomène intéressant, la part d'écoute de pistes en français s'élève à 8,6 % (3,3 % sont d'interprètes de l'extérieur du Québec, et 5,3 %, d'interprètes du Québec). Pour ce qui est de la part des pistes en d'autres langues ou instrumentales, celle-ci s'élève à 5,5 % pour les interprètes de l'extérieur de la province, alors que la part des interprètes du Québec frôle le zéro.

Figure 7

Part de l'écoute¹ selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes sur les services de diffusion de musique en continu sur demande, Québec, 2022



1. La part de consommation selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes a été effectuée à partir de l'analyse des 10 000 pistes les plus écoutées sur les services de diffusion de musique en continu sur demande au Québec.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.



Milko / iStock

14. Afin d'alléger le texte, nous parlerons ici de produits en français, en anglais, sans paroles ou instrumentaux, pour indiquer la langue d'interprétation des enregistrements musicaux.

20 ans de données sur l'achat d'enregistrements musicaux au Québec

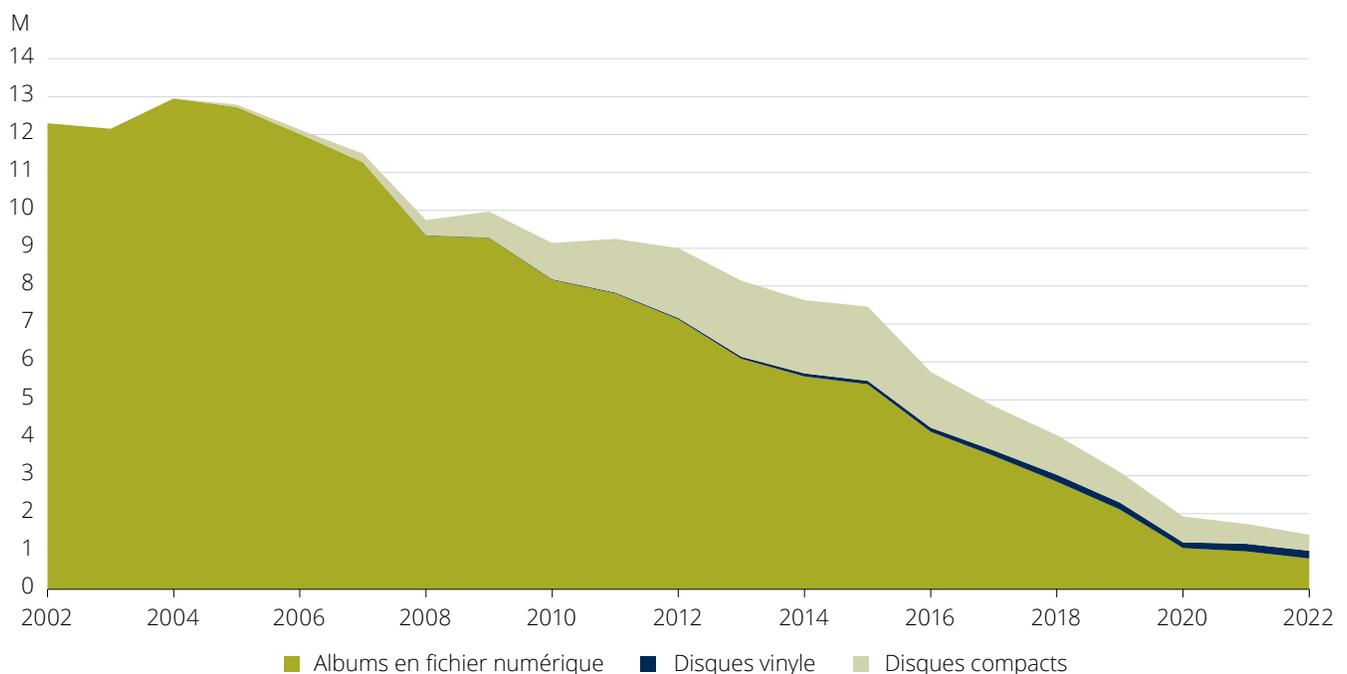
Depuis le début des années 2000 et l'avènement du Web 2.0, les ventes de disques compacts ont connu une baisse phénoménale à l'échelle mondiale, attribuable notamment au partage et au piratage de fichiers numériques (figure 8). Dans les années 2010, la vente d'albums en fichier numérique a permis de mettre un baume sur ce déclin et de redonner à l'industrie une

part des revenus perdus¹⁵. En effet, l'achat de pistes et d'albums en fichier numérique¹⁶ a connu son heure de gloire en 2013 au Québec, où se sont vendus respectivement 17 millions de pistes et 2 millions d'albums. À titre comparatif, seulement 3 millions de pistes et 423,7 milliers d'albums en fichier numérique ont été achetés en 2022 au Québec (tableau 1). Pour ce qui est

des ventes d'albums sur support physique, elles dépassent de peu le million, une réelle dégringolade depuis le sommet de près de 13 millions en 2004. Ces résultats montrent la transition de cette industrie vers les nouvelles pratiques de diffusion et de consommation musicales.

Figure 8

Ventes d'albums selon le type de produit¹, Québec, 2002 à 2022



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant douze listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements musicaux vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre d'albums physiques vendus a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes proviennent de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques au Québec correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan, maintenant Luminata Data. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumul des ventes hebdomadaires.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

15. FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE L'INDUSTRIE PHONOGRAPHIQUE (2023), *IFPI global music report 2023 "State of the industry"*, p.11, [[Global Music Report 2023 State of the Industry.pdf \(ifpi.org\)](#)] (Consulté le 2 août 2023).

16. L'achat d'enregistrements musicaux en fichier numérique se fait généralement dans les formats de pistes, d'albums EP ou LP. Il n'est toutefois question que de pistes et d'albums "en format LP" dans cette section. Ces données sont disponibles depuis 2005.

Le vinyle continue de se démarquer

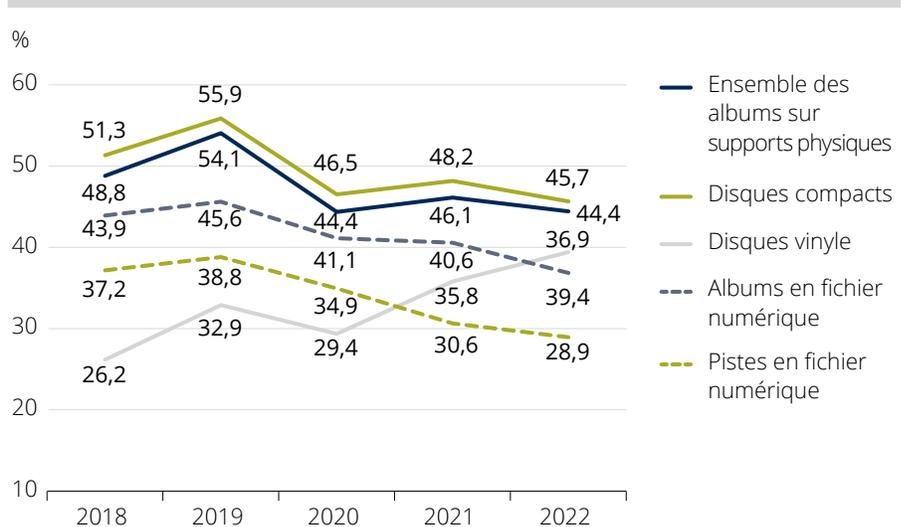
Bien que les ventes de disques compacts (813 598) soient toujours plus élevées que celles de vinyles (202 222), ces derniers demeurent un produit d'exception pour les mélomanes. Dans la province, les ventes de vinyles sont en hausse depuis au moins 2008¹⁷. Ils sont grandement appréciés pour la qualité de l'expérience sonore qu'ils procurent et le plaisir qu'on peut avoir à les collectionner. Si une baisse des ventes due à une pénurie de vinyle et à des problèmes d'approvisionnement a été observée en 2020, la vente de disques vinyle est repartie à la hausse entre 2021 et 2022 (+ 2,6 %) (tableau 1).

► L'achat de nouveautés¹⁸ par support et par format

Depuis cinq ans, la part de consommation de nouveautés demeure plus importante pour les albums en disques compacts qu'en fichier numérique tous formats confondus, piste ou album (figure 9). La consommation de nouveauté pour l'achat de pistes numériques (29 %) est semblable à celle sur les services de musique en continu sur demande (28 %). Cette similarité peut s'expliquer par le fait qu'il est question du même format. Toutefois, c'est la consommation de

Figure 9

Part de nouveautés¹ dans les ventes d'enregistrements musicaux selon les supports et les formats, Québec, 2017 à 2022



1. Produits commercialisés 18 mois ou moins avant la consommation.

Note : Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

nouveauté en vinyles qui capte notre attention (39 %) en 2022 ; elle ne cesse de monter depuis 2018 et vient même surpasser la

part de nouveauté en fichier numérique et se rapproche de la part de nouveauté sur disques compacts.

Tableau 1

Nombre d'enregistrements musicaux vendus selon le support et le format, Québec, 2018 à 2022

	2018	2019	2020	2021	2022	Variation 2021/2022
	k					%
Ensemble des albums	4 066,9	3 095,5	1 919,8	1 724,6	1 439,6	- 16,5
Albums sur support physique	3 024,0	2 288,6	1 241,8	1 200,1	1 015,8	- 15,4
Disques compacts	2 843,1	2 107,5	1 085,9	1 003,0	813,6	- 18,9
Disques vinyle	180,9	181,1	155,9	197,1	202,2	2,6
Albums en fichier numérique	1 042,9	806,8	678,0	524,4	423,8	- 19,2
Pistes en fichier numérique	8 155,9	5 946,4	4 554,3	3 484,4	3 037,0	- 12,8

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

17. Les données sur les ventes de disques vinyle sont disponibles depuis 2008 seulement.

18. Toutes les données sur la nouveauté présentées dans ce bulletin ont été révisées, voir la note méthodologique.

La part des ventes d'enregistrements musicaux d'interprètes du Québec¹⁹ en baisse pour la première fois en huit ans

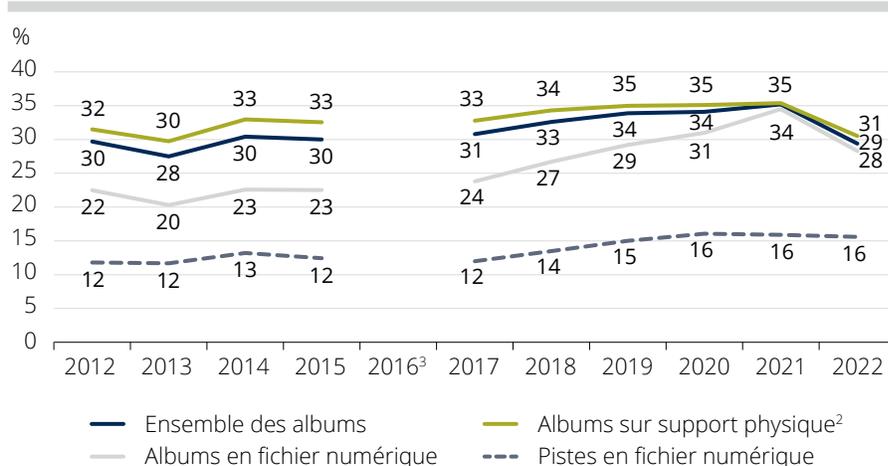
La part d'interprètes du Québec dans les ventes d'albums a été de 29 % en 2022, soit une baisse de 6 points de pourcentage par rapport à 2021 et constitue le plus faible résultat en 8 ans (tableau 11 et figure 10). Pour les albums physiques, la part d'interprètes du Québec est passée de 35 % en 2021 à 31 % en 2022. Pour ce qui est de la part de ventes d'albums numériques, celle d'interprètes du Québec est passée de 34 % en 2021 à 28 % en 2022. La part de vente de pistes numériques d'interprètes du Québec est restée stable (16 %).

► La part des ventes d'albums d'interprètes du Québec selon la date de sortie

Depuis cinq ans, les ventes d'albums d'interprètes du Québec sont systématiquement plus élevées dans la nouveauté que dans le catalogue (figure 11). Fait intéressant, alors que la part de ventes d'albums d'interprètes du Québec dans la nouveauté a chuté de 13 points de pourcentage en 2022, celle du catalogue s'est redressée grâce à une hausse de 2 points de pourcentage par rapport à 2021 pour atteindre, comme en 2020, 30 %, soit son taux le plus haut depuis 2017. Il est possible que les habitudes d'écoute sur les services de diffusion de musique en continu sur demande influencent celles d'achat d'enregistrements musicaux et élèvent progressivement la part de catalogue, qu'elle soit québécoise ou non (figures 9 et 11).

Figure 10

Part des ventes d'enregistrements musicaux d'interprètes du Québec¹ selon le support et le format, Québec, 2012 à 2022



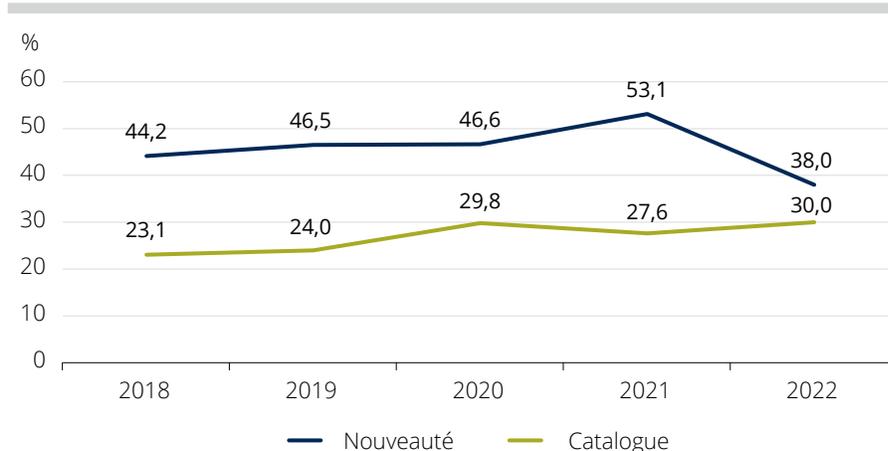
1. La part des ventes détenue par les produits québécois a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes du Québec les plus populaires pour chacun des types d'enregistrements musicaux durant l'année. Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.
2. Comprend les disques compacts, les cassettes et les disques vinyle.
3. Les données de 2016 ne sont pas disponibles auprès de Luminate Data et ne peuvent être révisées.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 11

Part de marché des interprètes du Québec dans les ventes d'albums¹ selon la date de sortie², Québec, 2017-2022



1. La part des ventes détenue par les produits québécois a été estimée à partir de l'examen des 10 000 albums les plus vendus sur support physique et en fichier numérique durant l'année.
2. Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

19. Toutes les données sur les interprètes du Québec ont été mises à jour à partir de la liste d'identification automatisée de 2023. L'étendue de cette liste s'étant allongée au fil du temps, cette révision a eu pour effet d'augmenter légèrement la part des interprètes du Québec dans la consommation. Il y a bien sûr certaines exceptions selon les formats et les supports.

La part des produits en français en hausse en 2022

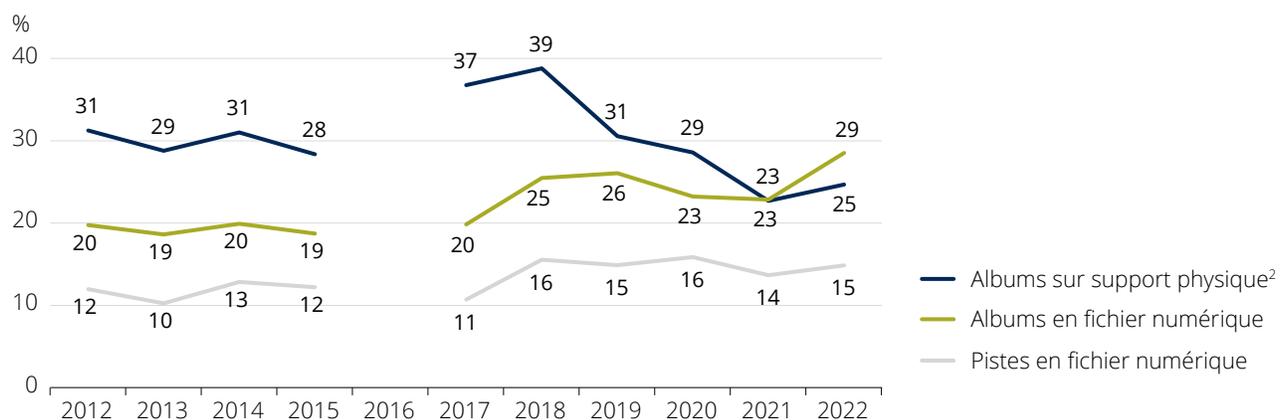
En 2022, la part de vente d'albums et de pistes en français a été en hausse tant en physique qu'en numérique²⁰ (figure 12). Depuis 2019, la part des produits en français était en baisse en album physique, mais elle semble finalement s'être stabilisée en 2022 où elle a légèrement remonté pour atteindre 25 % (+ 2 points de pourcentage comparativement à 2021). Le même phénomène est observable pour les albums numériques, qui ont connu une hausse de 6 points de pourcentage entre 2021 (23 %) et 2022 (29 %). Pour ce qui est de la part des ventes de pistes en français, elle est passée de 14 % en 2021 à 15 % en 2022²¹.



AsiaVision / iStock

Figure 12

Ventes d'enregistrements musicaux interprétés en français¹ selon les supports et les formats, Québec, 2012 à 2022



- Entre 2012 et 2021, l'estimation de la part des produits vendus selon la langue d'interprétation a été calculée à partir de l'examen des 500 albums et pistes les plus vendus. Cependant, puisque nos travaux ont montré que la très forte majorité des produits interprétés en français provient d'interprètes du Québec et que celle-ci est plus concentrée dans les 500 produits que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise dans les 10 000 produits les plus vendus. Depuis 2022, nos estimations sont maintenant produites à partir des 500 albums sur support physique (disques compacts, cassettes et vinyles), des 2 000 albums et 5 000 pistes en fichier numérique les plus vendus. Toutefois, la donnée de 2022 pour les pistes numériques présentée ici a été produite avec l'ancienne méthodologie afin d'offrir une donnée comparable, alors que la donnée pour les albums en fichier numérique a été révisée (la variation entre les deux couvertures d'analyse est de moins de 0,05 % et est comparable). Toutes les données présentées ont été révisées en 2023. Les données de 2016 ne sont pas disponibles auprès de Luminate Data.
- Comprend les disques compacts, les disques vinyle et les cassettes.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

20. La méthodologie pour l'évaluation de la part de produits en français a été modifiée en 2022. Depuis 2012, nous estimions la part de ces produits à partir des 500 produits les plus vendus sur la part québécoise des 10 000 produits les plus vendus. En 2022, la codification de la langue des produits par l'ADISQ s'étend à 2 000 albums et à 5 000 pistes en fichier numérique, ce qui offre ainsi un portrait plus juste. Néanmoins, la comparaison de ces deux couvertures d'analyse nous a montré que la variation pour l'estimation des albums est de moins de 0,05 %, alors que celle pour les pistes en fichier numérique a monté d'un peu moins de 2 %. Voir la note méthodologique pour plus de détails.

21. Afin d'offrir une donnée comparable entre 2021 et 2022, nous n'avons pas offert ici la donnée révisée et préféré offrir la donnée comparable (15 %). La donnée révisée est de 17 % pour l'année 2022, mais elle ne peut être comparée à la donnée de 2021.

► **Tendances de consommation selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes²² depuis cinq ans**

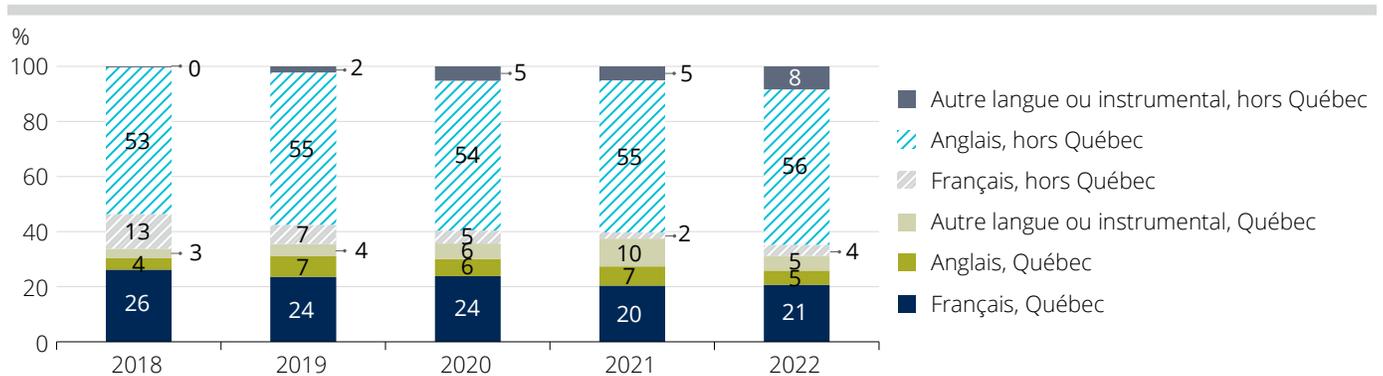
Voici un portrait en trois temps des ventes d'enregistrements musicaux selon la langue et la provenance des interprètes depuis 2018. En cinq ans, la structure des ventes d'albums physiques et numériques n'a jamais été aussi similaire pour ce qui est de la diversification²³ (tableau 12 et figures 13 et 14). À l'heure actuelle, la vente d'albums en anglais d'interprètes de l'extérieur de la province est similaire, soit 57 %, en physique et numérique.

Dans les ventes d'albums physiques, la part des produits francophones a grimpé de 2 points de pourcentage entre 2021 (23 %) et 2022 (25 %) (tableau 12 et figure 13). La part de produits qui a pris le plus d'ampleur est sans contredit celle des albums dans une autre langue ou instrumentaux dans une autre langue ou instrumentaux d'interprètes de l'extérieur du Québec, qui est passée de 5 % en 2021 à 8 % en 2022.

La structure des ventes de pistes numériques n'a pas changé dans les cinq dernières années et se rapproche de celle de l'écoute sur les services de diffusion (figures 6 et 15). Dans les ventes de pistes numériques, la part de produits en anglais s'élève à 78 % en 2022. La part des produits d'interprètes du Québec y est plus faible que celle observée pour les autres supports et les autres formats d'achat (16 %) en 2022. C'est aussi dans ce format d'achat que les produits en français performant le moins bien (15 % en 2022²⁴), malgré une augmentation de 2 % depuis 2021.

Figure 13

Part des ventes d'albums sur support physique¹ selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes, Québec, 2018 à 2022



1. L'estimation de la part de produits vendus selon la langue d'interprétation a été calculée à partir de l'examen des 500 albums plus vendus. Puisque nos travaux ont montré que la très forte majorité des produits interprétés en français provient d'interprètes du Québec et que la part des produits québécois est plus concentrée dans les 500 produits que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise dans les 10 000 produits les plus vendus.

Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

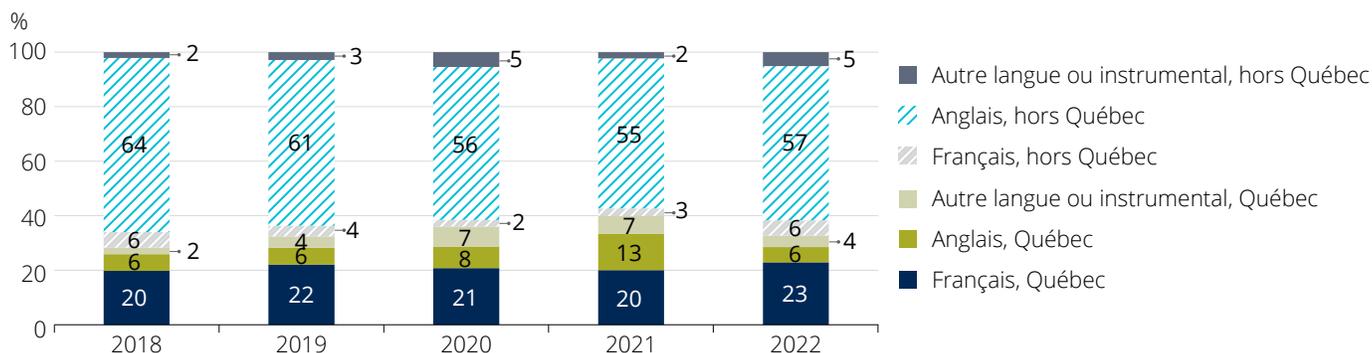
22. La part d'interprètes du Québec a été révisée dans cette publication, voir note méthodologique.

23. Les développements technologiques influencent la structure des ventes de produits culturels. Dans ce cas-ci, l'avènement du numérique a contribué à la démocratisation des moyens de production et de diffusion, ce qui a eu pour effet d'augmenter l'accessibilité des produits de niche et résiduels via les plateformes numériques. La concentration et la diversification de la consommation permettent de saisir ces tendances structurelles pour mieux comprendre les différences de fonctionnement entre les marchés physique et numérique, notamment.

24. Comme on l'explique dans la section méthodologie et en note de bas de figure (figure 15) et de tableau (tableau 12), la donnée présentée ici n'a pas été révisée afin qu'elle soit comparable avec 2021. La donnée révisée selon la nouvelle méthodologie est de 17 % en 2022. Voir note méthodologique.

Figure 14

Part des ventes d'albums en fichier numérique¹ selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes, Québec, 2018 à 2022



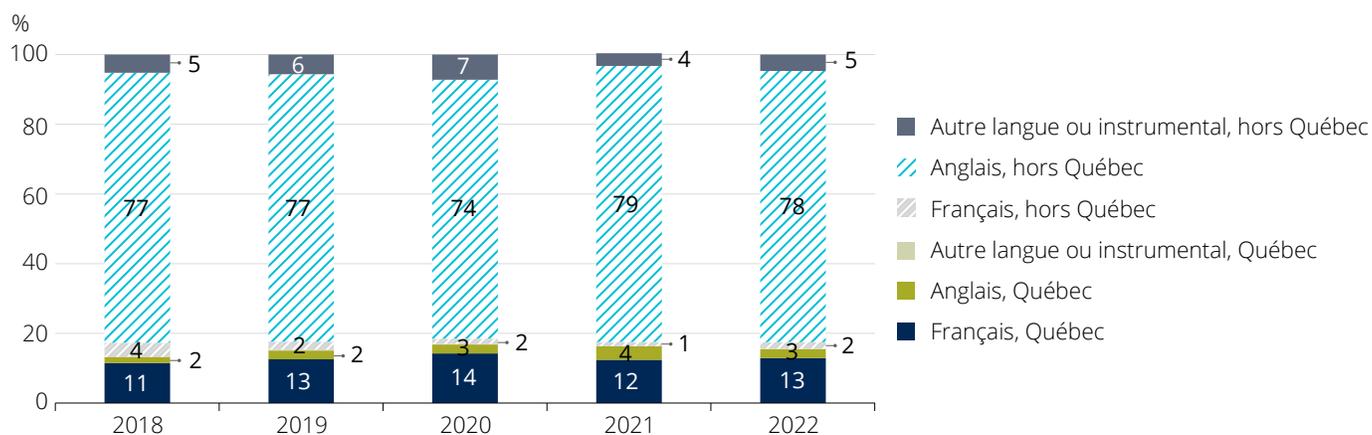
1. Entre 2018 et 2021, l'estimation de la part de produits vendus selon la langue d'interprétation a été calculée à partir de l'examen des 500 albums ou pistes les plus vendus. Puisque nos travaux ont montré que la très forte majorité des produits interprétés en français provient d'interprètes du Québec et que la part de celle-ci est plus concentrée dans les 500 produits que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise dans les 10 000 produits les plus vendus. Depuis 2022, nos estimations sont produites à partir des 2 000 albums en fichier numérique les plus vendus. La donnée est comparable puisque la variation entre les deux couvertures d'analyse est de moins de 0,05%. Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 15

Part des ventes de pistes en fichier numérique¹ selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes, Québec, 2018 à 2022



1. Entre 2018 et 2021, l'estimation de la part de produits vendus selon la langue d'interprétation a été calculée à partir de l'examen des 500 albums ou pistes les plus vendus. Cependant, puisque nos travaux ont montré que la très forte majorité des produits interprétés en français provient d'interprètes du Québec et que la part de celle-ci est plus concentrée dans les 500 produits que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise dans les 10 000 produits les plus vendus. Depuis 2022, nos estimations sont produites à partir des 5 000 pistes en fichier numérique les plus vendues.

Toutefois, afin d'offrir une donnée comparable entre 2021 et 2022, la donnée présentée ici a été produite avec l'ancienne méthodologie.

2. Les produits dans une autre langue ou instrumentaux du Québec ont des valeurs de zéro.

Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Revenus d'exploitation et marges bénéficiaires dans l'industrie de la musique enregistrée au Québec depuis 2013

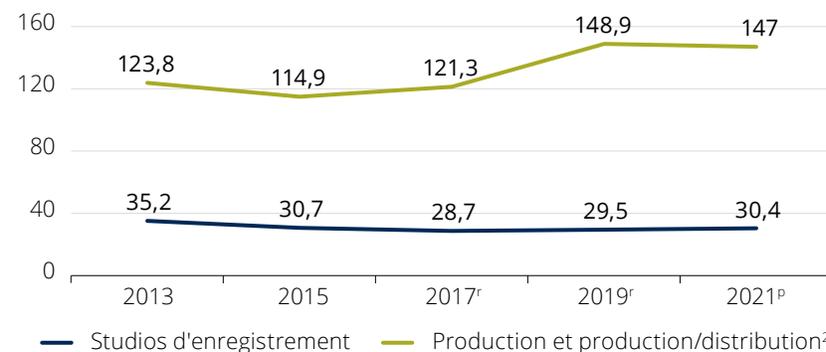
Depuis 2013, l'ISQ adapte les données bi-annuelles de Statistique Canada concernant les revenus des entreprises ayant comme activité principale la production d'enregistrements musicaux (et la distribution, lorsque les deux activités sont intégrées). Puisque nous ne possédons pas de données sur les revenus de l'industrie de la musique pour le Québec, ces données offrent un éclairage sur les revenus des producteurs (dont certains sont aussi distributeurs) et des studios d'enregistrement au Québec.

La croissance observée entre 2017 et 2019 chez les entreprises de production et de production/distribution du Québec au chapitre des revenus pourrait être due aux recettes croissantes provenant des plateformes numériques, tant nationales qu'internationales (figure 16). Toutefois, la marge bénéficiaire d'exploitation de ces entreprises n'a connu qu'une légère augmentation en 2019 (2 points de pourcentage de plus qu'en 2017) (figure 17), et ce, en raison de la hausse des dépenses et des charges de rémunération. Par ailleurs, la pandémie ne semble pas avoir affecté négativement les revenus ni les marges bénéficiaires d'exploitation des studios d'enregistrement et des producteurs d'enregistrements musicaux du Québec (figures 16 et 17).

Figure 16

Revenus d'exploitation¹ de l'industrie de l'enregistrement sonore selon l'activité principale de l'entreprise, entre 2013 et 2021, Québec, 2022

En Millions de \$



p Donnée provisoire.

r Donnée révisée.

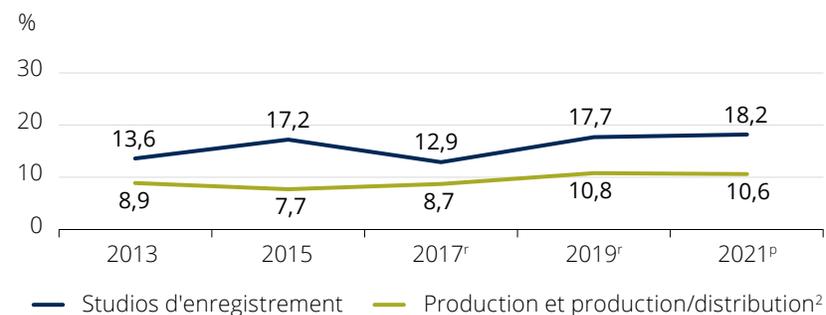
1. Les revenus d'exploitation excluent les revenus de placements, les gains en capital, les gains exceptionnels et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
2. Production et production/distribution : regroupe les entreprises ayant comme activité principale la production d'enregistrements sonores ainsi que celles ayant comme activité principale la production et la distribution de manière intégrée.

Source : Statistique Canada, base de données CANSIM.

Adapté par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 17

Marge bénéficiaire d'exploitation¹ de l'industrie de l'enregistrement sonore selon l'activité principale de l'entreprise entre 2013 et 2021, Québec, 2022



p Donnée provisoire.

r Donnée révisée.

1. La marge bénéficiaire d'exploitation correspond au total des revenus d'exploitation, moins le total des dépenses d'exploitation, le tout exprimé en pourcentage du total des revenus d'exploitation. Les revenus d'exploitation excluent les revenus de placements, les gains en capital, les gains exceptionnels et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive. Les dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes exceptionnelles, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
2. Production et production/distribution : regroupe les entreprises ayant comme activité principale la production d'enregistrements sonores ainsi que celles ayant comme activité principale la production et la distribution de manière intégrée.

Source : Statistique Canada, base de données CANSIM

Adapté par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La concentration industrielle selon les supports et les formats d'enregistrements musicaux

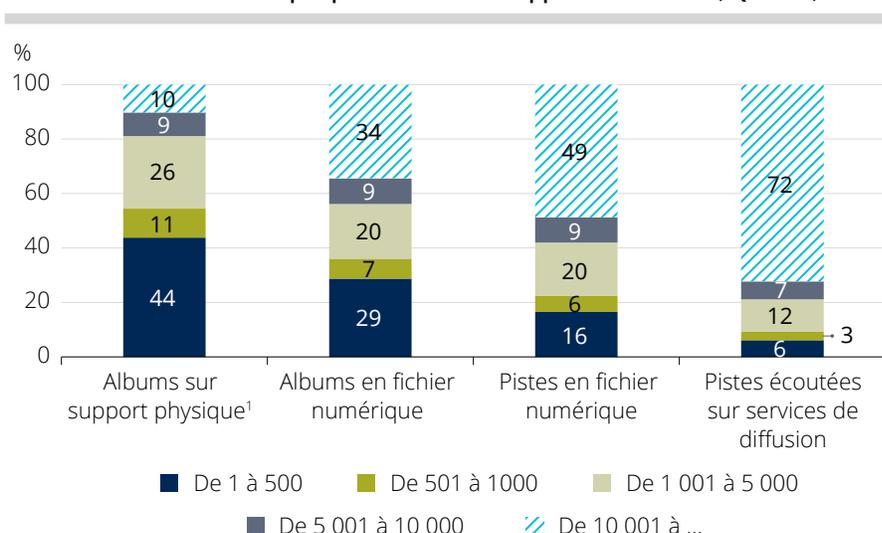
Dans cette section, on illustre d'abord la couverture d'analyse offerte par les produits et les interprètes selon les supports (physique ou numérique), le format (album ou piste) et les modes de consommation (écoute ou vente) (figures 18 et 19). La présente section aidera le lectorat à comprendre ces différences méthodologiques, qui sont aussi liées à la concentration des ventes et de l'écoute autour de produits et d'interprètes vedettes.

Le premier constat est que la couverture d'analyse est plus grande lorsqu'on observe les 10 000 interprètes (figure 19) que lorsqu'on observe les 10 000 produits (figure 18) les plus consommés. Tout cela est logique, étant donné que la plus petite unité de consommation est la piste et qu'un ou une interprète peut avoir plusieurs albums à son actif, donc un grand nombre de pistes.

Le deuxième constat est que la concentration industrielle varie selon les modes de consommation (écoute ou achat) puisque les outils technologiques influencent la structure des ventes, la commercialisation et le fonctionnement des marchés. Les pratiques d'écoute sont beaucoup plus diversifiées que celles d'achat : la longue traîne²⁵ est particulièrement diversifiée dans l'écoute sur les plateformes de service de diffusion, notamment en raison de l'accessibilité plus grande des produits²⁶. Cela explique le choix éditorial de ne pas comparer ces modes de consommations (vente de produits et écoute sur les services) dans les sections plus haut. On les compare toutefois ici afin d'expliquer ce choix.

Figure 18 Voir l'avis de révision >

Concentration industrielle par produit selon le support et le format, Québec, 2022



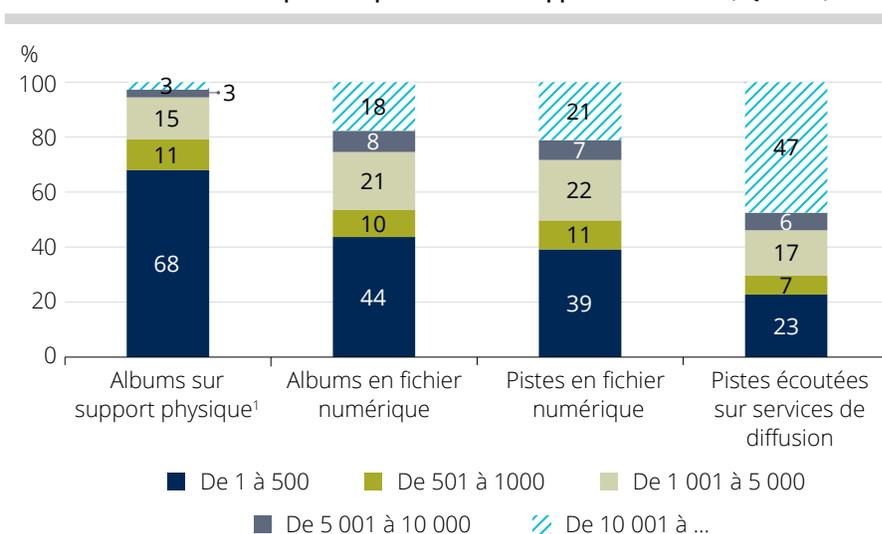
1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes combinés.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 19 Voir l'avis de révision >

Concentration industrielle par interprète selon le support et le format, Québec, 2022



1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes combinés.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

25. Le concept de la longue traîne a été formulé en 2004 par Chris Anderson afin d'illustrer la structure de consommation de la musique dans le numérique. La courbe de distribution possède une tête très haute et plate (le haut du palmarès étant concentré sur quelques titres consommés massivement [l'« effet podium »]) et le reste de la courbe est extrêmement plat et long (la « longue traîne »). C'est donc une consommation à deux vitesses qui n'a pas été démentie à ce jour. La courbe de consommation de l'écoute sur les plateformes de service de diffusion de musique au Québec en 2022 n'y fait pas exception. Voir Anderson, Chris (2004), *Wired* « The Long Tail », [En ligne], www.wired.com/2004/10/tail/ (Consulté le 2 août 2023).

26. Pour un résumé et une évaluation du tournant numérique dans l'industrie de la musique voir : Benghozi, Pierre-Jean, et Benhamou, Françoise (2008). *Culture prospective*, « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? » volume 1, n° 1. p. 1-11, [En ligne], doi.org/10.3917/culp.081.0001 et Le Guern, Philippe et FLEURY, Paul J. F. (2022). *Bulletin des bibliothèques de France*, « Musiques populaires et virage numérique », [En ligne], bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2022-00-0000-048.

Voir l'avis de révision >

Pour ce qui est de la concentration industrielle des ventes par produit, les 500 albums les plus vendus représentent 44% des ventes sur support physique et 29% des ventes en fichier numérique en 2022 (figure 18). La vente de pistes numériques est plus diversifiée, les 10 000 pistes les plus vendues couvrent tout juste la moitié des ventes annuelles en 2022 (51%) (figure 18). La dernière colonne montre que les 10 000 pistes les plus écoutées sur les services de diffusion correspondent à un peu moins de 30 % de l'écoute. Ce mode de consommation est donc beaucoup plus diversifié, en partie parce que les personnes abonnées ont accès à une offre colossale qui croît année après année à une vitesse toujours plus grande²⁷. Les 500 chansons les plus écoutées ne comptent que pour 6 % de l'écoute au Québec en 2022.

Du point de vue de la consommation par interprète, le phénomène de la concentration est aussi présent (figure 19). Utilisé comme dénominateur, l'interprète a l'avantage d'offrir une couverture d'analyse importante, car les interprètes produisent plusieurs pistes et albums en carrière. Il est toutefois peu utilisé dans ce bulletin, puisque nous ne pouvons classer les interprètes selon la langue d'interprétation, ni selon le moment de commercialisation du produit. En 2022, 500 interprètes ont généré 68 % des ventes d'albums physiques et 44 % des ventes d'albums numériques. La concentration est un peu moindre pour la vente de pistes numériques, 500 interprètes récoltent 39 % des ventes. L'hypothèse avancée est que l'achat d'un fichier numérique parmi une offre plus vaste (tant pour les albums que les pistes) permet de diversifier davantage les achats.

La concentration autour d'interprètes est plus faible dans l'écoute de musique en flux que dans les achats : 10 000 interprètes (dont 8 % du Québec) se partagent un peu plus de la moitié de l'écoute de la



Valerii Apetroaiei / iStock

province. Néanmoins, il est intéressant de constater que 500 interprètes génèrent à eux seuls près du quart (23 %) de l'écoute alors que les 9 500 suivants génèrent 30 % de l'écoute. La concentration industrielle est donc bien présente dans le palmarès des interprètes, surtout dans le haut de celui-ci.

En conclusion, pour ce qui est des pratiques d'écoute, tant pour les pistes que pour les interprètes, nous remarquons qu'au fur et à mesure qu'on s'éloigne du haut du palmarès, la consommation se diversifie (figures 18 et 19). Cela nous pousse à poser la question suivante : les parts d'écoutes d'interprètes du Québec ou de la nouveauté seraient-elles plus élevées en dehors

des 10 000 pistes les plus écoutées ? Déjà nous savons que la part québécoise augmente légèrement, soit d'un point de pourcentage, lorsqu'on augmente la couverture (si on passe d'une analyse par piste à une analyse par interprètes). De plus, d'après la théorie de la « longue traîne », il est fort possible que celle-ci se diversifie de plus en plus en s'allongeant, mais nous n'avons pas les moyens méthodologiques pour effectuer cette analyse. Enfin, la concentration industrielle dans la consommation sur les plateformes de service risque d'évoluer au fil des ans, selon les transformations technologiques et la réglementation entourant ces plateformes, notamment.

27. En 2022, les services de diffusion ont reçu entre 60 000 et 100 000 titres (ISRC) par jour, ce qui constitue un nouveau record pour ces plateformes. Ingham, Tim (2022), *Music Business Worldwide*, « *It's happened, 100,000 tracks are now uploaded to streaming services like Spotify each day* », [En ligne], [\[100,000 tracks being uploaded to Spotify and other services daily \(musicbusinessworldwide.com\)\]](https://www.musicbusinessworldwide.com/100000-tracks-being-uploaded-to-spotify-and-other-services-daily).

Diversification des ventes pour tous les formats et supports dans les cinq dernières années

Cette section porte sur les transformations de la concentration industrielle au fil des cinq dernières années (tableaux 2 et 3). Au chapitre de la transformation de la concentration industrielle par produit (tableau 2), on remarque que les ventes dans tous les formats et supports se sont diversifiées²⁸ au cours des cinq dernières années, et donc que le niveau de concentration baisse, surtout pour les formats en fichier numériques. Si on compare 2018 et 2022, on remarque que la concentration industrielle pour les 10 000 pistes numériques les plus vendues est passée de 62 % à 51 % (baisse de 11 points de pourcentage), alors que celle pour les albums est passée de 76 % à 66 % (baisse de 10 points de pourcentage). Deux hypothèses peuvent expliquer ce phénomène. Il se pourrait que le moment de consommation le plus fort pour l'achat de fichier numérique étant passé (2013), la concentration industrielle soit en train de redescendre. Il se pourrait aussi que l'écoute sur les services de diffusion de musique en continu étant désormais le principal mode de consommation, les pratiques d'achat de fichier numérique tendent à s'apparenter aux pratiques d'écoute.

Tableau 2

Répartition de la consommation d'enregistrements musicaux de la 1^{re} à la 10 000^e position des produits dans le palmarès, Québec, 2018 à 2022

	2018	2019	2020	2021	2022
	%				
Albums sur support physique¹					
Position 1 à 500	49,3	51,2	48,6	47,8	44,3
Position 501 à 1 000	10,3	9,9	10,7	10,1	10,7
Position 1 001 à 5 000	23,4	23,3	24,1	24,0	26,2
Position 5 001 à 10 000	7,8	7,7	7,8	8,2	8,6
Total position 1 à 10 000	90,9	92,1	91,3	90,1	89,8
Albums en fichier numérique					
Position 1 à 500	35,4	34,2	31,1	33,0	28,7
Position 501 à 1 000	9,2	7,7	7,3	7,0	7,3
Position 1 001 à 5 000	22,1	20,9	19,9	18,8	20,1
Position 5 001 à 10 000	8,8	8,8	9,2	8,8	9,4
Total position 1 à 10 000	75,5	71,6	67,6	67,7	65,6
Pistes en fichier numérique					
Position 1 à 500	24,3	22,5	19,5	18,0	16,5
Position 501 à 1 000	7,1	6,5	6,0	6,1	5,9
Position 1 001 à 5 000	21,2	20,8	20,0	19,7	19,6
Position 5 001 à 10 000	9,6	9,6	9,6	9,3	9,3
Total position 1 à 10 000	62,3	59,4	55,1	53,1	51,3
Pistes écoutées sur les services de diffusion en continu sur demande					
Position 1 à 500	6,1
Position 501 à 1 000	3,2
Position 1 001 à 5 000	11,8
Position 5 001 à 10 000	6,5
Total position 1 à 10 000	27,6

1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

28. Plus la consommation est concentrée autour d'un petit nombre de titres, de produits ou d'interprètes, plus les pourcentages sont élevés dans le haut du palmarès. Ainsi, lorsqu'il y a une baisse de la concentration industrielle, la consommation est plus diversifiée.

Toutefois, si on compare la concentration industrielle des produits et celle des interprètes les plus populaires, on constate que la tendance est inversée pour les albums physiques (tableau 3). Entre 2018 et 2022, la concentration par produit a été plutôt stable (- 1 point de pourcentage) alors que celle par interprète a monté de 5 points de pourcentage pour atteindre 97 % en 2022. On remarque d'ailleurs que les ventes, dont celles de nouveautés, sont en recul pour les disques compacts, qui dominent parmi les supports physiques. L'hypothèse veut que les pratiques d'achat soient dirigées plutôt vers des interprètes établis. Pour ce qui est de la concentration industrielle des achats, en format piste ou album, sur fichier numérique, celle-ci est aussi en baisse pour les 10 000 interprètes les plus populaires.

Tableau 3

Répartition de la consommation d'enregistrements musicaux de la 1^{re} à la 10 000^e position des interprètes dans le palmarès, Québec, 2018 à 2022

	2018	2019	2020	2021	2022
	%				
Albums sur support physique¹					
Position 1 à 500	67,1	70,3	69,6	70,2	68,0
Position 501 à 1 000	9,9	10,0	10,2	10,2	11,1
Position 1 001 à 5 000	13,0	13,4	13,4	14,0	15,3
Position 5 001 à 10 000	2,0	2,1	2,4	2,7	2,8
Total position 1 à 10 000	92,1	95,8	95,5	97,1	97,2
Albums en fichier numérique					
Position 1 à 500	50,2	48,0	44,6	46,4	43,7
Position 501 à 1 000	11,0	10,1	9,9	9,4	9,8
Position 1 001 à 5 000	20,4	20,4	21,3	19,9	21,1
Position 5 001 à 10 000	5,8	6,5	7,3	7,3	7,7
Total position 1 à 10 000	87,3	85,0	83,0	83,0	82,3
Pistes en fichier numérique					
Position 1 à 500	49,6	46,8	43,0	40,6	39,2
Position 501 à 1 000	11,3	11,2	11,0	10,7	10,5
Position 1 001 à 5 000	21,0	21,6	22,2	22,1	22,0
Position 5 001 à 10 000	5,7	6,1	6,7	7,1	7,2
Total position 1 à 10 000	87,6	85,7	82,9	80,5	78,9
Pistes écoutées sur les services de diffusion en continu sur demande					
Position 1 à 500	22,7
Position 501 à 1 000	6,9
Position 1 001 à 5 000	16,5
Position 5 001 à 10 000	6,4
Total position 1 à 10 000	52,5

1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Les palmarès

Comme nous l'avons vu tout au long de ce bulletin, le mode de consommation (écoute ou achat), le format (album ou piste) et le support influencent le type de contenu musical consommé et exposent différentes tendances. Cela s'explique parce que l'action d'acheter un album en ligne ou dans un magasin n'est pas la même que d'écouter un titre sur une plateforme de service, et que les motifs à l'origine de ces actions sont très différents. Cela s'explique aussi parce que

les appareils et les technologies utilisées et les goûts musicaux diffèrent selon les générations. Les palmarès reflètent ces disparités et permettent de comparer les produits et les interprètes les plus populaires de l'année, selon le mode de consommation.

Le premier palmarès présente les vingt interprètes les plus populaires pour chaque mode de consommation, chaque format et chaque support (tableau 4). Le nom des

interprètes du Québec a été souligné en gras, ce qui permet de constater que la proportion d'interprètes du Québec est plus importante dans la consommation d'albums (physique et numérique) que dans la consommation de pistes (vente ou écoute). Les Cowboys fringants sont néanmoins de tous ces palmarès.

Tableau 4

Palmarès des interprètes selon le format et le support des enregistrements musicaux, Québec, 2022

Rang	Ventes d'albums sur support physique	Ventes d'albums en fichier numérique	Ventes de pistes en fichier numérique	Écoute sur les services de diffusion en continu sur demande
1	Salebarbes	François Pérusse	Ed Sheeran	Drake
2	Guylaine Tanguay	Salebarbes	Les Cowboys fringants	Taylor Swift
3	Taylor Swift	Jean-Michel Blais	Imagine Dragons	The Weeknd
4	Jean-Michel Blais	Stromae	Lady Gaga	Ed Sheeran
5	Pink Floyd	Daniel Bélanger	Eminem	Eminem
6	2Frères	2Frères	Harry Styles	Luke Combs
7	Harry Styles	Peter Jackson	Luke Combs	Harry Styles
8	Daniel Bélanger	Guylaine Tanguay	Céline Dion	Imagine Dragons
9	BTS	Taylor Swift	Sia	Juice WRLD
10	Backstreet Boys	Les Cowboys fringants	Farruko	Kanye West
11	Metallica	Backstreet Boys	Salebarbes	Justin Bieber
12	The Beatles	Lisa LeBlanc	The Weeknd	Post Malone
13	Les Cowboys fringants	Luke Combs	Camila Cabello	Billie Eilish
14	Richard Séguin	Pink Floyd	Elton John & Dua Lipa	Pop Smoke
15	Ozzy Osbourne	Michael Buble	Taylor Swift	Les Cowboys fringants
16	Adele	Charlotte Cardin	Elvis Presley	Rihanna
17	Michael Buble	Alexandra Strélski	Metallica	Adele
18	Iron Maiden	Imagine Dragons	2Frères	Kendrick Lamar
19	Elvis Presley	Rammstein	Queen	The Beatles
20	Alex Henry Foster	Metallica	Rihanna	Charlotte Cardin

Les noms des interprètes du Québec ont été soulignés en gras.

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le deuxième palmarès présente les vingt albums physiques et numériques les plus vendus durant l'année (tableau 5). De toute évidence, Salebarbes est le groupe le plus populaire dans ce format d'achat. Celui-ci présente des chansons traditionnelles acadiennes et de la Louisiane en français et a remporté le Félix du groupe de l'année en 2022 à l'ADISQ. Autre fait à noter, huit de ces albums comportent des reprises de

chansons déjà popularisées, et le disque de Beau Dommage est une version remixée d'un classique québécois. Les onze autres albums sont constitués de compositions originales. Bien que la majorité des albums du palmarès soit des nouveautés, une part importante de ceux-ci se composent de matériel de catalogue ayant fait ses preuves auprès du public québécois.

Un seul album instrumental figure dans cette liste, soit celui du pianiste compositeur-interprète québécois Jean-Michel Blais. On trouve également onze albums en français, dont un seul provient de l'extérieur du Québec, soit celui de l'artiste Stromae, auteur-compositeur-interprète belge.

Tableau 5

Liste des albums les plus vendus¹, Québec, 2022

Rang	Titre	Interprète	Langue	Provenance interprète	Provenance maison de disques
1	Gin à l'eau salée	Salebarbes	Français	Québec	Québec
2	Live au Pas Perdus	Salebarbes	Français	Québec	Québec
3	Ginette à ma façon	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec
4	Aubades	Jean-Michel Blais	Instrumental	Québec	Hors Québec
5	Mercure en mai	Daniel Bélanger	Français	Québec	Québec
6	Sous le même toit	2Frères	Français	Québec	Québec
7	Midnights	Taylor Swift	Anglais	Hors Québec	Hors Québec
8	A Very Backstreet Christmas	Backstreet Boys	Anglais	Hors Québec	Hors Québec
9	Harry's House	Harry Styles	Anglais	Hors Québec	Hors Québec
10	Les liens les lieux	Richard Séguin	Français	Québec	Québec
11	Multitude	Stromae	Français	Hors Québec	Hors Québec
12	Chiac Disco	Lisa LeBlanc	Français	Québec	Québec
13	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
14	30	Adele	Anglais	Hors Québec	Hors Québec
15	Jeanick Fournier	Jeanick Fournier	Anglais	Québec	Hors Québec
16	Jolene And The Gambler	Maxime Landry & Annie Blanchard	Anglais	Québec	Québec
17	Céline à ma façon	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec
18	Beau Dommage (édition remixée)	Beau Dommage	Français	Québec	Hors Québec
19	Higher	Michael Bublé	Anglais	Hors Québec	Hors Québec
20	Vos coups de coeur à ma façon	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes comprennent les albums sur support physique et en fichier numérique.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Le troisième palmarès porte sur l'écoute sur les services de diffusion en continu sur demande (tableau 6). Comme on l'a vu plus haut, les genres musicaux les plus

écoutés sont sans contredit la musique populaire et électronique, conformément au codage de genre musical proposé par les plateformes de service. Seulement deux

chansons interprétées dans une autre langue que l'anglais sont présentes dans ce palmarès et aucun interprète du Québec n'y figure.

Tableau 6

Palmarès des pistes les plus écoutées sur les services de diffusion en continu sur demande au Québec, 2022

Rang	Titre	Interprète	Langue	Provenance interprète	Genre musical	Année de sortie
1	Heat Waves	Glass Animals	Anglais	Hors Québec	Pop	2020
2	Cold Heart	Elton John & Dua Lipa	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
3	As It Was	Harry Styles	Anglais	Hors Québec	Pop	2022
4	Pepas	Farruko	Autre	Hors Québec	Urbain / électronique / dance	2021
5	Where Are You Now	Lost Frequencies & Calum Scott	Anglais	Hors Québec	Urbain / électronique / dance	2021
6	Shivers	Ed Sheeran	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
7	The Motto	Tiesto & Ava Max	Anglais	Hors Québec	Urbain / électronique / dance	2021
8	Stay	The Kid Laroi & Justin Bieber	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
9	Bad Habits	Ed Sheeran	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
10	Enemy	Imagine Dragons, JID & League Of Legends	Anglais	Hors Québec	Rock	2021
11	abcdefu	Gayle	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
12	Love Nwantiti (Ah Ah Ah)	Ckay	Autre	Hors Québec	Musiques du monde	2019
13	Bam Bam	Camila Cabello	Anglais	Hors Québec	Pop	2022
14	Industry Baby	Lil Nas X & Jack Harlow	Anglais	Hors Québec	Hip hop / rap	2021
15	I'm Good (Blue)	David Guetta & Bebe Rexha	Anglais	Hors Québec	Urbain / électronique / dance	2022
16	About Damn Time	Lizzo	Anglais	Hors Québec	Hip hop / rap	2022
17	Levitating	Dua Lipa	Anglais	Hors Québec	Pop	2020
18	First Class	Jack Harlow	Anglais	Hors Québec	Hip hop / rap	2022
19	That's What I Want	Lil Nas X	Anglais	Hors Québec	Pop	2021
20	I Ain't Worried	OneRepublic	Anglais	Hors Québec	Pop	2022

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Le quatrième palmarès porte uniquement sur les pistes d'interprètes du Québec les plus populaires sur les services de diffusion (tableau 7). Au 25^e rang du classement général figure la première piste d'interprètes du Québec, la chanson *Copilote*, composition originale de Jay Scøtt ici retravaillée avec FouKi. Ces deux interprètes, qui appartiennent maintenant à la même maison de

disque, se démarquent d'artistes comme les Cowboys fringants, Patrick Watson et Vincent Vallières, dont la carrière dure depuis déjà plus d'une décennie. Selon la codification des genres musicaux de l'ADISQ, la pop domine largement ce palmarès, et la langue de 11 des 20 titres est le français, un nombre pratiquement égal à celui des pistes en anglais. Remarquons que ce

palmarès québécois s'étale sur 618 positions du palmarès annuel, ce qui montre que la part de marché des interprètes du Québec peine à occuper le haut de ce palmarès, ne serait-ce que le top 100, où seulement quatre pistes d'interprètes d'ici figurent.

Tableau 7

Palmarès des pistes d'interprètes du Québec les plus écoutées sur les services de diffusion en continu sur demande au Québec, 2022

Rang québécois	Rang général	Titre	Interprète	Langue	Genre	Année de sortie
1	25	Copilote (version Grignotines de Luxe)	FouKi et Jay Scøtt	Français	Pop	2020
2	68	L'Amérique pleure	Les Cowboys fringants	Français	Pop	2019
3	72	Lullaby	Alicia Moffet	Anglais	Pop	2021
4	93	Meaningless	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2021
5	137	Je te laisserai des mots	Patrick Watson	Français	Pop	2013
6	181	Ciel (feat. Alicia Moffet)	FouKi	Français	Pop	2020
7	192	Broken	Jay Scøtt	Anglais	Pop	2021
8	200	Ctrl + Alt + Del	Rêve	Anglais	Pop	2021
9	246	Anyone Who Loves Me	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2020
10	332	Going Up the Coast	Clay and Friends	Anglais	Pop	2018
11	353	Sur mon épaule	Les Cowboys fringants	Français	Folk	2019
12	378	Les étoiles filantes	Les Cowboys fringants	Français	Pop	2004
13	421	Ça va	Émile Bilodeau	Français	Pop	2016
14	433	Passive Aggressive	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2020
15	443	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Pop	2017
16	474	Headphones	Banx & Ranx & Rêve	Anglais	Pop	2022
17	560	On va s'aimer encore	Vincent Vallières	Français	Pop	2009
18	584	Marine marchande	Les Cowboys fringants	Français	Folk	2010
19	600	Belle (feat. BNY)	Statzz	Français	Hip hop	2022
20	618	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2021

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

En conclusion, si on observe le tableau 8 qui porte sur les vingt interprètes du Québec ayant le plus d'écoutes sur les services de musique en flux, nous voyons que seulement sept se positionnent parmi 100 interprètes ayant le plus d'écoutes. Ce palmarès offre le bénéfice de rassembler des interprètes du Québec dont la carrière est bien établie (p. ex. Céline Dion), des interprètes en début de carrière (p. ex. Charlotte Cardin), des produits voués au public jeunesse (p. ex. Passe-Partout) de même que des interprètes populaires, rap et hip-hop dont le public est plutôt composé d'adolescents et de jeunes adultes. Toutefois, aucun artiste de ce palmarès n'a commencé sa carrière dans les années 70 ou avant, ce qui montre bien que les artistes de certaines générations n'ont pas percé sur ces plateformes, probablement parce que leur public n'y est pas, ou parce qu'ils sont trop peu mis en valeur par ces nouveaux modes de diffusion.

Tableau 8

Palmarès des interprètes du Québec ayant le plus d'écoutes sur les services de diffusion en continu sur demande, Québec, 2022

Rang québécois	Rang général	Interprète
1	15	Les Cowboys fringants
2	20	Charlotte Cardin
3	24	Enima
4	49	FouKi
5	54	Céline Dion
6	67	Souldia
7	75	Alexandra Stréliski
8	133	Jay Scøtt
9	144	Bob Bissonnette
10	149	Roxane Bruneau
11	159	Loud
12	160	Patrick Watson
13	172	2Frères
14	179	Alicia Moffet
15	181	Les Trois Accords
16	183	Koriass
17	185	Daniel Bélanger
18	186	Jean Leloup
19	191	Quebec Redneck Bluegrass Project
20	193	Passe-Partout

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Notes méthodologiques

Source

Les données de consommation (vente et écoute) d'enregistrements musicaux au Québec proviennent de Luminate Data, une plateforme de veille de marché qui consolide les données des plateformes de service de diffusion¹. Ces données sont produites de manière hebdomadaire et couvrent tout le territoire provincial, qui a été subdivisé en quinze « marchés² » à partir des codes postaux des établissements de vente ou de l'emplacement de l'appareil utilisé pour l'écoute (géolocalisation). Elles sont ensuite analysées à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support et le format d'enregistrement sont exprimées en nombres absolus. Les écoutes, lorsqu'estimées, ainsi que les analyses croisées (selon la provenance et la langue), sont exprimées en pourcentage, sauf exception.

Accès aux palmarès et aux données hebdomadaires et annuelles

Les données hebdomadaires sur la consommation d'enregistrements musicaux et les palmarès mensuels peuvent être consultées sur le site Web de l'Institut de la statistique du Québec à l'adresse suivante : statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec#triannee=2023&tri_album=4&tri_enreg=1&tri_rang=2409.

Les différents supports et formats d'enregistrements musicaux

Dans cette publication, la consommation (vente et achat) de produits musicaux porte sur les albums sur support physique, soit les disques compacts, les cassettes et les disques vinyle, et en fichier numérique. Les formats musicaux analysés sont les albums et les pistes. Les formats EP³ ne sont pas analysés de manière distincte, mais sont regroupés avec le format album LP. Les données de consommation d'album sont donc disponibles pour les supports physiques et les fichiers numériques, alors que celles pour les pistes musicales sont en fichier

numérique uniquement. Les données sur la consommation d'albums usagés et sur le Web 3.0 (technologie des chaînes de blocs) ne sont pas compilées. Celles sur la circulation de fichiers illégaux non plus.

Édition 2022 : modification de la méthodologie pour l'évaluation de la nouveauté, la répartition selon la langue et la part d'interprètes du Québec

Plusieurs ajustements et changements méthodologiques ont eu lieu pour cette édition.

Depuis cette année, nous ne produisons plus de données pour les « enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) », étant donné que l'accent est mis sur l'écoute.

Nouveauté : Toutes les données sur la nouveauté ont été révisées à partir de la consommation hebdomadaire, ce qui a eu pour effet d'augmenter la part de celle-ci dans la consommation. Les bulletins précédents utilisaient la donnée annuelle, ce qui avait pour effet de sous-estimer la part de nouveauté consommée. Par exemple, une nouveauté consommée au début de l'année peut perdre ce statut en cours d'année. Ainsi, il est préférable de calculer la part de nouveauté le plus près possible du moment de consommation.

1. Luminate Data possède les données de consommation des plateformes de service de diffusion de musique en continu sur demande suivantes : Spotify, Apple, Amazon, SoundCloud, 7Digital, Slacker, Napster, Audiomack et Boomplay. Pour ce qui est des ventes d'albums en support physique (disques compacts, cassettes et disques vinyle), elles proviennent des entreprises suivantes : Archambault/Renaud-Bray, Amazon, Musictoday IMO, Indie Merch, Bleep.com, Le Projet Cardboard Box, SandBag, Bandzoogle, Townsend Music, Bandcamp, Metallica Club, Richards & Southern, Single Music, UMG UK, Universal Music Group Canada. Pour ce qui est de l'achat de produits, formats piste et album, sur support numérique : Apple/iTunes, Bandzoogle, Music Today, BandCamp et Single Music.
2. Luminate Data divise les RMR et agglomérations de StatCan (2016) en quinze « marchés » : Capitale-Nationale, Chicoutimi-Jonquière, Trois-Rivières, Shawinigan, périphérie de Montréal (RMR de Montréal sans la ville), ville de Montréal (seule exception à la règle des RMR), Sherbrooke, Drummondville, Granby, Saint-Hyacinthe, Saint-Jean-sur-le-Richelieu, Saint-Jérôme, Ottawa-Hull, l'est du Québec et l'ouest du Québec. Dans ce bulletin, nous parlerons plutôt de territoires.
3. Le format musical EP (de l'anglais *Extended Play*) comporte moins de titres qu'un album, soit moins d'une demi-douzaine. Ce format a d'abord été commercialisé dans les années 1950 en format vinyle 7 pouces et connaît un second souffle depuis le tournant numérique puisqu'il peut être distribué en parallèle d'un monoplage. Cette stratégie de commercialisation vise entre autres à augmenter la visibilité des nouveautés sur les plateformes.

Part de produits selon la langue d'interprétation :

Entre 2017 et 2021, la part des produits vendus selon la langue d'interprétation des enregistrements musicaux a été calculée à partir de l'examen des 500 albums ou pistes les plus vendus. Cependant, puisque nos travaux ont montré que la majorité des produits en français provient d'interprètes du Québec et que la part des produits québécois est plus concentrée dans les 500 produits les plus vendus que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise entre les 500 et les 10 000 produits les plus vendus.

De plus, les estimations sont maintenant produites à partir des 500 albums sur support physique (disques compacts, cassettes et disques vinyle), des 2 000 albums et 5 000 pistes en fichier numérique les plus vendus. La variation entre ces différentes couvertures d'analyse est de 0,05 % pour les albums et de 2 % pour les pistes en fichier numérique. Afin d'offrir une donnée comparable avec celle de 2021, la donnée pour l'album en fichier numérique a été révisée alors que la donnée pour les pistes en fichier numérique a été produite avec l'ancienne méthodologie (donnée comparable non révisée).

Part d'interprètes du Québec : Toutes les données sur les interprètes du Québec ont été révisées à partir de la liste d'identification automatisée de l'Observatoire (mise à jour quotidiennement). Cette liste s'étant allongée au fil du temps, la révision a eu pour effet général d'augmenter légèrement la part des interprètes du Québec dans la consommation. La révision de la part québécoise a aussi eu des effets sur l'estimation des ventes selon la langue des enregistrements musicaux (voir plus haut).

Les plateformes de service de diffusion de musique en continu sur demande

Les données d'usage du Québec⁴ sur les plateformes de service de diffusion de musique en continu sur demande pour le format audio (et non vidéo) sont présentées dans ce bulletin. Une écoute est comptabilisée par les plateformes de service après 30 secondes d'écoute et certains services produisent des données démographiques sur les publics, telles que la localisation géographique. Un titre écouté est identifié grâce à son ISRC (*International Standard Recording Code*), qui est associé à une piste et à l'interprète. C'est à partir de cet identifiant qu'on analyse les données d'usage au Québec.

Les services de diffusion, payants ou gratuits selon le type d'abonnement, sont classés selon le type de diffusion et le mode d'interaction offerts. Dans cette édition, nous traitons uniquement de la consommation faite sur les services de diffusion de musique en continu sur demande ; celle sur les services de diffusion en continu programmés a été exclue. En d'autres mots, l'appellation « sur demande » ne réfère pas à une classification de l'interaction — qui provient d'une demande de l'utilisateur plutôt que d'une recommandation de la part du service de diffusion ou d'une liste d'écoute algorithmique ou éditoriale — mais bien à une classification des plateformes de service selon le mode de diffusion principal : interactif, semi-interactif ou programmé. Les données présentées dans ce bulletin ne peuvent indiquer la part d'écoute recommandée ou non, ou le type d'écoute (actif ou passif) de l'utilisateur.

En terminant, nous avons fait le choix de limiter l'analyse à l'écoute de musique car les données sur le visionnement de vidéos musicaux ont connu un changement majeur de méthodologie en 2020, ce qui nous empêche de comparer ces données avec celles des années précédentes et d'estimer correctement les visionnements sur ces services.

Ajustement des données et fausses écoutes sur les plateformes de service

Luminate Data et l'Observatoire n'effectuent aucun ajustement des données pour tenir compte des fausses écoutes. Ces ajustements sont effectués en amont par chacune des plateformes de service selon des procédés qui leur sont propres (avec ou sans produits algorithmiques) avant que les données de consommation soient fournies à Luminate Data. Luminate Data confirme ne pas pondérer les données fournies par les plateformes, alors que les données concernant les ventes sur supports physiques, elles, sont pondérées⁵. L'Observatoire n'effectue ni ajustement ni pondération pour les données de consommation.

4. Les données d'usage de la consommation sur les services d'écoute de musique pour la province du Québec ne sont disponibles que depuis le 15 octobre 2021. Ainsi, les statistiques de l'année 2022 ne peuvent être comparées avec celles de l'année 2021.

5. Les données concernant les ventes de produits physiques sont pondérées par Luminate afin de pallier pour les ventes effectuées chez les disquaires indépendants qui ne sont pas compilés par les distributeurs.

Identification et codification des interprètes du Québec

Depuis la diffusion des premières données sur la part québécoise en 2002, les interprètes du Québec font l'objet d'une identification « artistique » (provenance de l'interprète, lieu principal de la carrière, proportion d'interprètes principaux, provenance des membres dans la formation musicale) et d'une identification

« industrielle » (lieu du siège social de la maison de disque). En raison du grand volume de données généré par l'écoute sur les services de musique en continu, l'Observatoire a mis sur pied en 2021 une base de données des interprètes du Québec afin d'automatiser le processus d'identification. Cette liste est mise à jour de manière quotidienne. Avec cette automatisation, il n'est plus nécessaire de se limiter au traitement manuel des 500 produits ou interprètes.

De fait, certains enjeux de codification rendent difficile l'identification d'une maison de disque pour la vente ou l'écoute d'une piste, car celle-ci peut regrouper différentes versions provenant de différentes maisons de disque. Dans ces conditions, nous avons fait le choix de concentrer notre analyse sur la part d'interprètes du Québec. À noter que la part québécoise des ventes d'albums, sur le plan industriel, est toujours diffusée sur le site Web de l'ISQ.



jacoblund / iStock

Tableaux complémentaires

Tableau 9

Part de la consommation des divers genres musicaux¹ sur les services de diffusion de musique en continu sur demande selon le territoire, Québec, 2022

Genres musicaux	Ensemble du Québec	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ville de Montréal	Reste de la RMR de Montréal	RMR de Ottawa-Gatineau	RMR de Chicoutimi-Jonquière	RMR de Shawinigan	RMR de Trois-Rivières
%									
Populaire, K-Pop et électronique/danse (EDM)	38,6	40,4	37,9	37,3	40,3	38,6	41,9	40,6	41,2
Populaire	33,0	34,7	32,1	31,5	34,7	33,3	36,0	35,4	35,6
K-Pop	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4
EDM	5,0	5,1	5,1	5,1	4,9	4,7	5,5	4,8	5,2
R&B, R&B/Hip-hop et Rap	21,9	16,7	23,9	24,7	20,2	21,2	17,1	16,2	17,0
R&B, R&B/Hip-hop	14,1	10,9	15,4	15,9	13,3	13,9	10,9	10,4	10,9
Rap	7,8	5,9	8,5	8,9	7,0	7,4	6,2	5,8	6,0
Rock	19,7	23,4	18,7	18,7	18,8	19,8	22,7	23,0	22,3
Rock	12,9	15,2	12,1	12,1	12,3	12,9	15,1	15,6	14,7
Hard Rock	1,0	1,3	0,9	1,0	0,9	1,0	1,4	1,2	1,2
Rock alternatif	5,9	6,9	5,6	5,6	5,7	5,8	6,3	6,2	6,4
Country, Bluegrass et Folk	4,4	5,1	3,8	3,9	3,6	5,7	4,8	5,3	5,0
Country	4,1	4,8	3,6	3,7	3,4	5,5	4,4	4,9	4,7
Bluegrass	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Folk	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3
Musiques du monde, Latines, Afrobeat et Reggae	7,9	5,9	8,7	8,9	7,5	6,2	5,9	6,0	6,0
Musiques du monde	2,9	2,8	2,9	2,9	2,8	2,6	3,4	3,4	2,9
Musiques latines	3,2	2,0	3,7	3,8	3,1	2,1	1,5	1,7	2,0
Afrobeat	1,5	0,9	1,8	1,9	1,2	1,2	0,8	0,7	0,8
Reggae	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
Classique	1,1	1,3	1,0	0,9	1,6	1,3	1,0	1,3	1,3
Jazz et Blues	1,0	1,1	1,0	0,9	1,3	1,0	0,8	1,2	1,1
Autres genres musicaux² et contenus divers³	5,4	6,1	5,1	4,7	6,7	6,2	5,8	6,4	6,1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. L'analyse des genres musicaux provient de Luminate Data et a été effectuée à partir des données localisées par marchés (système des RMR de StatCan de 2016) des plateformes de services produisant ce type de données au Canada, c'est-à-dire Spotify, Amazon et Tidal. Il est donc possible que cette répartition soit différente sur les autres plateformes de services. La classification des genres musicaux est elle aussi produite par ces services et se décline en 41 genres que nous avons regroupés, qui ne correspondent pas au classement effectué par l'ADISQ pour la classification des ventes d'enregistrements musicaux ci-dessous.
2. La catégorie « autres genres » contient les genres « autre », « Broadway », « New age », « Unassigned », « Vocal », « Christian », « Christian-Gospel » et « Gospel ».
3. La catégorie « contenus divers » contient les produits étiquetés « Children », « Comedy », « Holiday/Seasonal », « Karaoké », « Music video » et « Soundtrack ».

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 10

Part de la consommation des divers genres musicaux¹ sur les services de musique en continu sur demande selon le territoire, Québec, 2022

Genres musicaux	Ensemble du Québec	RMR de Sherbrooke	RMR de Drummondville	AR de Granby	AR de St-Hyacinthe	AR de St-Jean-sur-le-Richelieu	AR de St-Jérôme	Territoires hors RMR de l'ouest du Québec	Territoires hors RMR de l'est du Québec
%									
Populaire et électronique/danse (EDM)	38,6	40,0	40,6	39,9	40,6	40,9	40,8	40,5	40,1
Populaire	33,0	34,7	35,1	35,1	35,1	35,5	35,1	35,2	34,9
K-Pop	0,6	0,4	0,5	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
EDM	5,0	4,9	5,0	4,5	5,0	5,0	5,3	4,9	4,8
R&B, R&B/Hip-hop et Rap	21,9	18,2	17,1	16,4	17,6	18,7	19,8	16,8	15,5
R&B, R&B/Hip-hop	14,1	11,8	11,1	11,0	11,5	12,3	12,8	11,1	10,0
Rap	7,8	6,4	6,0	5,4	6,1	6,4	6,9	5,7	5,5
Rock	19,7	21,3	22,4	21,4	20,8	20,7	20,0	21,7	23,1
Rock	12,9	13,8	14,9	14,3	13,7	13,6	13,1	14,7	15,6
Hard Rock	1,0	1,0	1,3	0,9	1,1	1,1	1,0	1,2	1,4
Rock alternatif	5,9	6,5	6,3	6,2	6,0	6,1	5,8	5,8	6,1
Country, Bluegrass et Folk	4,4	5,4	6,0	5,4	4,9	4,4	4,0	6,1	7,7
Country	4,1	5,1	5,7	5,1	4,7	4,1	3,7	5,8	7,3
Bluegrass	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Folk	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3
Musiques du monde	7,9	5,9	5,9	6,0	7,5	6,2	6,7	6,2	5,9
Musique du monde	2,9	2,7	2,8	2,9	3,1	2,7	2,8	3,1	3,3
Musiques latines	3,2	2,0	2,2	2,2	3,3	2,4	2,7	2,1	1,7
Afrobeat	1,5	0,9	0,7	0,6	0,8	0,8	1,0	0,7	0,6
Reggae	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
Classique	1,1	1,7	1,1	1,9	1,3	1,5	1,4	1,3	1,1
Jazz et Blues	1,0	1,3	0,9	1,9	0,9	1,1	1,0	1,2	0,9
Autres genres musicaux² et contenus divers³	5,4	6,3	6,0	7,0	6,4	6,5	6,3	6,2	5,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. L'analyse des genres musicaux provient de Luminata Data et a été effectuée à partir des données localisées par marchés (système des RMR de StatCan) des plateformes de services produisant ce type de données au Canada, c'est-à-dire Spotify, Amazon et Tidal. Il est donc possible que cette répartition soit différente sur les autres plateformes de services. La classification des genres musicaux est elle aussi produite par ces services et se décline en 41 genres que nous avons regroupés, qui ne correspondent pas au classement effectué par l'ADISQ utilisé pour la classification des ventes d'enregistrements musicaux plus bas.
2. La catégorie « autres genres » contient les genres « autre », « Broadway », « New age », « Unassigned », « Vocal », « Christian », « Christian-Gospel » et « Gospel ».
3. La catégorie « contenu divers » contient les produits étiquetés « Children », « Comedy », « Holiday/Seasonal », « Karaoké », « Music video » et « Soundtrack ».

Source : Luminata Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 11

Part des interprètes du Québec¹ parmi les ventes d'enregistrements musicaux selon le support et le format, Québec, 2018 à 2022

	2018	2019	2020	2021	2022
	%				
Ensemble des albums	33	34	34	35	29
Albums sur support physique ²	34	35	35	35	31
Albums en fichier numérique	27	29	31	34	28
Pistes en fichier numérique	14	15	16	16	16

1. La part des ventes détenue par les produits québécois été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes du Québec les plus populaires pour chacun des supports et formats durant l'année. Toutes les données sur les interprètes du Québec ont été révisées en 2023.

2. Comprenant les disques compacts, cassettes et disques vinyle.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 12

Part des ventes d'enregistrements musicaux selon la langue d'interprétation¹ et la provenance de l'interprète par support et format, Québec, 2018 à 2022

	Albums sur support physique ²					Albums en fichier numérique					Pistes en fichier numérique				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
	%														
En français	38,8	30,6	28,6	22,7	24,7	25,5	26,1	23,2	22,9	28,5	15,5	14,9	15,8	13,7	14,9
Québec	26,2	23,6	23,8	20,4	20,7	19,8	22,1	20,8	20,1	22,9	11,5	12,6	14,3	12,4	12,9
Hors Québec	12,6	6,9	4,7	2,3	4,0	5,7	3,9	2,5	2,8	5,6	4,0	2,3	1,6	1,3	1,9
En anglais	57,5	62,8	60,6	62,1	61,6	70,0	66,8	63,9	68,2	62,1	79,2	79,2	76,8	82,7	80,3
Québec	4,2	7,5	6,2	7,0	5,1	6,1	6,1	7,8	13,2	5,6	1,8	2,5	2,5	4,0	2,5
Hors Québec	53,3	55,3	54,4	55,2	56,5	63,9	60,7	56,1	55,0	56,6	77,5	76,7	74,3	78,7	77,8
Autre langue ou instrumental	3,7	6,6	10,8	15,2	13,7	4,6	7,1	12,9	8,9	9,4	5,2	5,9	7,3	3,6	4,8
Québec	3,4	4,4	5,6	10,1	5,4	2,4	4,2	7,5	6,6	4,2	0,0	0,3	0,1	0,0	0,1
Hors Québec	0,3	2,2	5,2	5,1	8,3	2,1	2,9	5,4	2,3	5,1	5,2	5,6	7,2	3,6	4,7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Entre 2018 et 2021, l'estimation de la part de produits vendus selon la langue d'interprétation a été calculée à partir de l'examen des 500 albums et pistes les plus vendus. Cependant, puisque nos travaux ont montré que la très forte majorité des produits en français provient d'interprètes du Québec et que celle-ci est plus concentrée dans les 500 produits que dans les 10 000 produits les plus vendus, l'estimation de la répartition de la langue a été ajustée pour tenir compte de la baisse de la part québécoise dans les 10 000 produits les plus vendus. Depuis 2022, nos estimations sont maintenant produites à partir des 500 albums sur support physique (disques compacts, cassettes et disques vinyle), des 2 000 albums et 5 000 pistes en fichier numérique les plus vendus. Toutefois, la donnée de 2022 pour les pistes en fichier numérique présentée ici a été produite avec l'ancienne méthodologie afin d'offrir une donnée comparable alors que la donnée pour l'album en fichier numérique a été révisée (la variation entre les deux couvertures d'analyse est de moins de 0,05 % et est comparable). Toutes les données présentées ont été révisées en 2023.

2. Comprend les disques compacts, cassettes et disques vinyle.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Dans la collection *Optique culture*

Derniers numéros

n° 91	La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2022	Octobre 2023
n° 90	La fréquentation des cinémas en 2022 : une reprise partielle postpandémie	Juin 2023
n° 89	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise en 2020-2021	Juin 2023
n° 88	Les effets de la pandémie de COVID-19 sur les entreprises et les organismes du secteur des arts de la scène au Québec	Mai 2023
n° 87	Consommation de contenus culturels sur Internet en 2018 et 2020	Mai 2023
n° 86	Les dépenses en culture des municipalités en 2020	Février 2023
n° 85	La fréquentation des institutions muséales en 2021	Décembre 2022

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro
k	Millier
M	Million
G	Milliard

Notice bibliographique suggérée

CHAMPAGNE, Lysandre (2023). « La consommation d'enregistrements musicaux au Québec en 2022 », *Optique culture*, [En ligne], n° 92, octobre, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-31. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-enregistrements-musicaux-quebec-2022.pdf].

Ce bulletin a été réalisé à l'Institut de la statistique du Québec par :

Lysandre Champagne

Observatoire de la culture et des communications du Québec :

Geneviève Béliveau-Paquin, directrice

Avec la collaboration de :

Daniel Beaulieu, technicien
Claude Fortier, coordonnateur

Révision linguistique et édition :

Direction de la diffusion et des communications

Pour plus de renseignements :

Centre d'information et de documentation
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone :
418 691-2401
1 800 463-4090 (Canada et États-Unis)

Courriel : cid@stat.gouv.qc.ca

Site Web : statistique.quebec.ca

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
4^e trimestre 2023
ISSN 1925-4202 (en ligne)

© Gouvernement du Québec
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec. statistique.quebec.ca/fr/institut/nous-joindre/droits-auteur-permission-reproduction

Avis de révision

Optique Culture, numéro 92, octobre 2023

Document révisé le 9 février 2023.

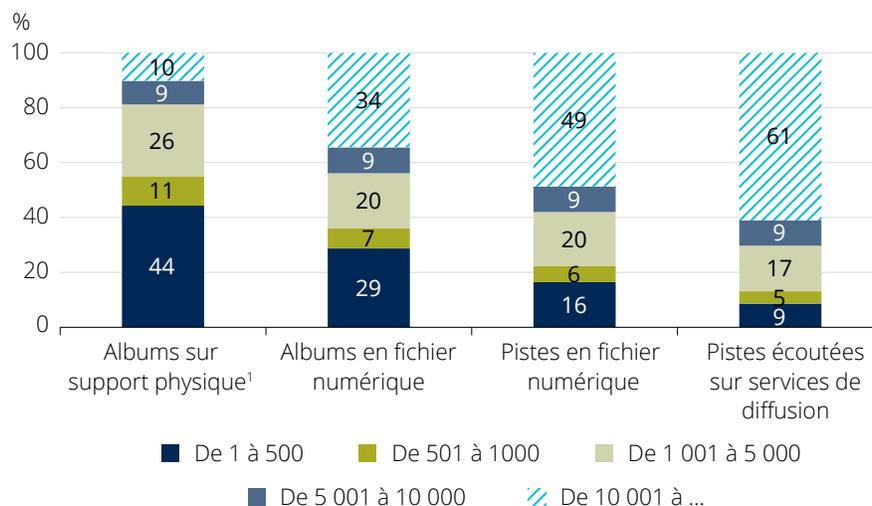
1. À la page 2, dans l'encadré vert, remplacer la première phrase par celle-ci :

56 % de l'écoute au Québec a eu lieu dans la ville de Montréal, marché qui affiche la plus importante part d'écoute de RnB/hip-hop et de rap (25 %), et la plus faible part d'écoute de titres interprétés par des artistes du Québec (6,5 %).

2. À la page 16, remplacer la figures 18 par celle-ci :

Figure 18

Concentration industrielle par produit selon le support et le format, Québec, 2022



1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes combinés.

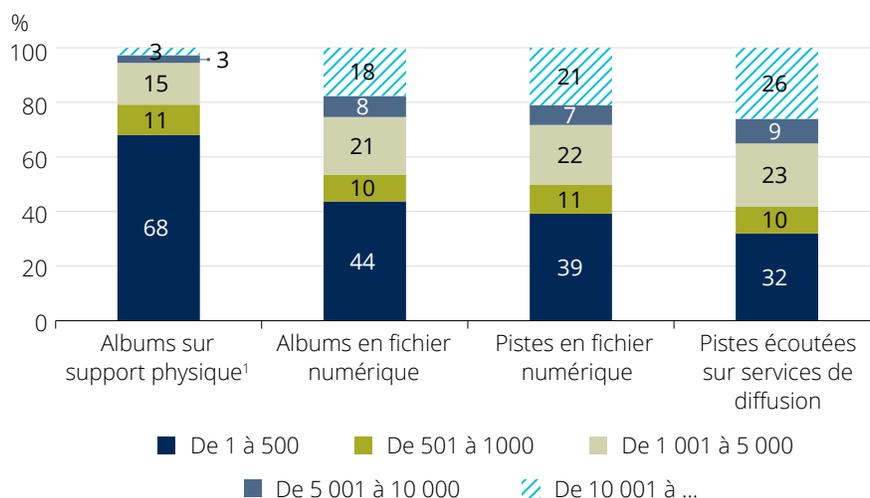
Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

3. À la page 16, remplacer la figures 19 par celle-ci :

Figure 19

Concentration industrielle par interprète selon le support et le format, Québec, 2022



1. Disques compacts, disques vinyle et cassettes combinés.

Source : Luminate Data. Tous droits réservés.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

4. À la page 17, remplacer le premier paragraphe par celui-ci :

Pour ce qui est de la concentration industrielle des ventes par produit, les 500 albums les plus vendus représentent 44% des ventes sur support physique et 29 % des ventes en fichier numérique en 2022 (figure 18). La vente de pistes numériques est plus diversifiée, les 10 000 pistes les plus vendues couvrent tout juste la moitié des ventes annuelles en 2022 (51 %) (figure 18). La dernière colonne montre que les 10 000 pistes les plus écoutées sur les services de diffusion correspondent à 39 % de l'écoute. Ce mode de consommation est donc beaucoup plus diversifié, en partie parce que les personnes abonnées ont accès à une offre colossale qui croît année après année à une vitesse toujours plus grande¹. Les 500 chansons les plus écoutées ne comptent que pour 9 % de l'écoute au Québec en 2022.

5. À la page 17, remplacer le troisième paragraphe par celui-ci :

La concentration autour d'interprètes est plus faible dans l'écoute de musique en flux que dans les achats : 10 000 interprètes (dont 8 % du Québec) se partagent les trois quarts de l'écoute de la province. Néanmoins, il est intéressant de constater que 500 interprètes génèrent à eux seuls près du tiers (32 %) de l'écoute alors que les 9 500 suivants génèrent 42 % de l'écoute. La concentration industrielle est donc bien présente dans le palmarès des interprètes, surtout dans le haut de celui-ci.