

Le marché québécois de la musique enregistrée en 2019

Par Claude Fortier

Observatoire de la culture et des communications du Québec

Faits saillants

- En 2019, ventes de 3,6 millions (M) d'unités d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums et pistes), une baisse de plus de 24 % par rapport à 2018.
- Ventes de 2,1 M de CD (-26 % par rapport à 2018), de 0,2 M de disques vinyle (+0,1 %), de 0,8 M d'albums numériques (-23 %) et de 5,9 M de pistes numériques (-27 %).
- Entre 2009 et 2019 (soit 10 ans), les ventes d'enregistrements audio ont baissé de plus de 60 % au Québec au profit des services d'écoute de musique en continu (*streaming*).
- Pour l'ensemble du Canada, l'écoute de musique en continu totalise 98,2 G d'écoutes en 2019 (+35 % par rapport à 2018).

Les produits québécois au sein des ventes d'enregistrements audio

- Dans un contexte de décroissance, la part de marché des produits québécois s'est maintenue en 2019 :
 - La part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums est de 50 % en 2019 comparativement à 51 % en 2018.
 - La part des produits québécois dans les ventes varie selon le type de produit :
 - 58 % pour les CD ;
 - 36 % pour les produits numériques (48 % pour les albums numériques et 14 % pour les pistes numériques) ;

Suite à la page 2

Dans le présent bulletin, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) livre une analyse des statistiques relatives à la vente d'enregistrements sonores¹ et à la consommation de musique diffusée en continu (*streaming*) pour la période de 2002 à 2019. On y traite aussi bien d'enregistrements sur support physique (comme les CD et les disques en vinyle) que numérique (albums et pistes téléchargés ; écoute sur les services de musique en continu). Le bulletin contient, entre autres, des renseignements sur la répartition des ventes selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes uniques) et les enregistrements vidéo à caractère musical (DVD et Blu-ray).

Faits saillants (suite)

- La baisse des ventes de produits québécois est estimée à 28 % pour les CD, 17 % pour les albums numériques et à 11 % pour les pistes numériques.

Les produits en français au sein des ventes d'enregistrements audio

- Baisse de la part de marché des produits francophones en 2019 :
 - Les produits en français représentent 36 % des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums en 2019, un résultat inférieur à celui de 2018 (41 %).
 - La part des produits francophones au sein des ventes varie selon le type de produit :
 - 40 % pour les CD ;
 - 28 % pour les produits numériques (36 % pour les albums numériques et 14 % pour les pistes numériques) ;
 - La baisse des ventes de produits francophones est estimée à 37 % pour les CD, 22 % pour les albums numériques et à 26 % pour les pistes numériques.
 - Parmi les ventes d'albums québécois, la part des produits en français est de 65 % (71 % en 2018).

Les palmarès en 2019

- Les albums d'artistes québécois occupent 17 des 20 premières places au palmarès des ventes.
- Sur les 20 pistes d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique diffusée en continu au Canada, 8 sont des enregistrements en anglais de Céline Dion.
- Céline Dion, Loud et Les Cowboys Fringants sont les trois artistes québécois avec le plus d'écoutes au Canada en 2019.

Notes méthodologiques

Sources

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores pour le Québec sont obtenues en regroupant les résultats de ventes des 15 marchés (territoires) québécois définis par Nielsen Soundscan (72 marchés pour l'ensemble du Canada). Les résultats se basent sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types

(selon l'origine nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces dernières sont produites par l'OCCQ après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec durant l'année, et elles couvrent seulement une partie des ventes d'enregistrements sonores. En 2019, les ventes annuelles de ces 500 titres représentent 51 % des ventes pour les CD, 34 % pour les albums numériques et 23 % pour les pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, comme le CD représente la quasi-totalité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monoplages (*singles* sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Les ventes de pistes numériques sont comptabilisées en équivalent d'albums selon un ratio de 13 pistes pour un album. Cette méthode de conversion rend plus commode le suivi de l'évolution du marché d'une année à l'autre. Le ratio de conversion utilisé est celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores peuvent être consultées sur le site Web de l'Institut de la statistique du Québec.

Données sur l'écoute de musique en continu

Les statistiques sur l'écoute de musique en continu proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan pour le **marché canadien**. Au moment d'écrire ces lignes, la répartition des données d'écoute de musique en continu selon les 72 marchés canadiens n'est pas disponible, ce qui nous empêche de produire et de diffuser des résultats pour le territoire du Québec.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement sonore peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mise de l'avant² par l'emballage et la mise en marché détermine l'origine de l'enregistrement. Sur

2. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer ce qui est mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette de l'album. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.

le plan industriel, l'origine de la maison de disques qui a commercialisé le produit détermine l'origine du produit. Une maison de disques québécoise est une maison dont le siège social se situe au Québec.

Pour les compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. La même logique s'applique pour un collectif d'artistes de diverses origines ; l'album sera classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

Les ventes d'enregistrements musicaux toujours en forte diminution

En 2019, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums³ s'élevaient à 3,6 M d'unités, en baisse de 24 % par rapport à 2018. Ces ventes se détaillent ainsi : 2,1 M de CD (- 26 %) ; 0,2 M de disques vinyle (+ 0,1 %) ; 0,8 M d'albums numériques (- 23 %) et 5,9 M de pistes numériques (- 27 %) (tableau 1). Le taux de décroissance pour tous les types d'enregistrements à l'exception du disque vinyle est en continuité avec les baisses observées en 2016 (- 23 %), 2017 (- 15 %) et 2018 (- 16 %) (figure 1).

Tableau 1

Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2015 à 2019

	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2019/2018
	k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums¹	8 549,0	6 551,8	5 575,2	4 695,3	3 553,9	- 24,3
Ensemble des albums	7 459,6	5 672,9	4 832,9	4 066,9	3 095,5	- 23,9
Albums sur support physique	5 504,3	4 201,8	3 662,9	3 024,0	2 288,6	- 24,3
CD	5 413,5	4 155,2	3 520,1	2 843,1	2 107,5	- 25,9
Disques vinyle	90,8	107,7	142,8	180,9	181,1	0,1
Albums numériques	1 955,3	1 471,1	1 170,0	1 042,9	806,8	- 22,6
Ensemble des pistes	14 161,8	11 426,2	9 649,8	8 168,6	5 958,8	- 27,1
Pistes numériques téléchargées	14 114,9	11 413,4	9 640,1	8 155,9	5 946,4	- 27,1
Disques monoplages (<i>singles</i>)	46,9	12,8	9,7	12,7	12,4	- 2,4
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	108,0	75,1	52,5	19,8	18,2	- 8,1

1. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

3. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous utiliserons l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.

4. Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Depuis son sommet à 13 M en 2004, le nombre d'enregistrements audio vendus annuellement s'est réduit de 73 %. Les premiers résultats de 2020 indiquent que la tendance se poursuit, avec une baisse des ventes de 27 % au 5 mars 2020 par rapport à la même période de 2019. Cette diminution, selon notre hypothèse, se fait au profit de l'écoute sur les services de musique diffusée en continu (en *streaming*).

Le CD

Même si les ventes de CD ont baissé de 40 % en deux ans et de 84 % depuis le sommet de 2004, celles-ci comptent encore pour près de 60 % du marché des ventes d'enregistrements audio au Québec, et cette part se maintient depuis quelques années en raison de la baisse des ventes d'albums numériques et de pistes numériques vraisemblablement liée à l'engouement pour les services d'écoute en continu. À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions d'unités en 2004 à 3,4 millions d'unités en 2019, soit une baisse de 91 %⁴. Sur ce territoire, le CD occupe maintenant 33 % du marché de la vente de biens musicaux ailleurs au

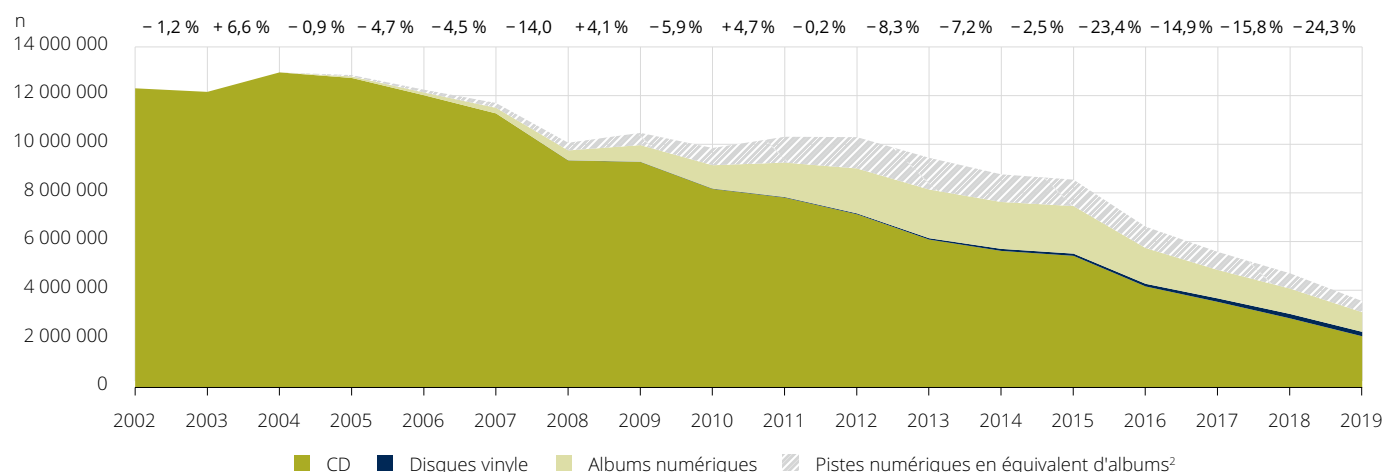
Canada, ce qui exclut les services d'écoute de musique diffusée en continu, en pleine croissance.

Le disque vinyle

Dans un contexte où il y a eu décroissance des ventes de CD, croissance des produits numériques et, par la suite, croissance de l'écoute en continu, la croissance des ventes des disques vinyle peut sembler contradictoire. Les premières données disponibles remontent à 2008, avec 7 600 vinyles vendus au Québec, comparativement à plus de 9,3 M de CD. Au fil des années, la vente des disques vinyle a connu une forte croissance, au moment où les ventes de CD allaient en sens inverse. Cependant, après une croissance de 33 % en 2017 et de 27 % en 2018, la croissance de seulement 0,1 % des ventes de disques vinyle en 2019 pourrait indiquer une stabilisation des ventes, mais il faudra attendre les données de vente des prochaines années pour en être certain. Avec la croissance des ventes de disques vinyle ces dernières années et les fortes baisses des ventes de CD, le disque vinyle représente désormais 8 % des ventes sur support physique en 2019. Cependant, la place du vinyle est plus significative dans l'ensemble

Figure 1

Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit¹ et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2019



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant douze listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores 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 provenaient 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 correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
 2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
- Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](http://nielsen.com)

du Canada et aux États-Unis et elle continue là-bas à prendre de l'importance. Au Canada en 2018, les disques vinyle ont représenté 12 % des ventes⁵ d'enregistrements sur support physique (7 % en 2017) en nombre d'unités vendues et 45 % des revenus⁶ (30 % en 2017). Et aux États-Unis, où les données de 2019 sont disponibles, ces proportions sont de 28 % pour le nombre d'unités (24 % en 2018) et de 43 % pour les revenus (36 % en 2018)⁷.

L'album numérique et la piste numérique

Les ventes d'albums numériques sont en baisse pour une quatrième année consécutive avec un recul cumulatif des ventes de 59 % depuis 2015. Pour leur part, les ventes de pistes numériques sont en recul chaque année depuis le sommet de 16,9 M en 2013, pour une baisse cumulative des ventes de 65 % depuis 2013. Ces baisses successives semblent indiquer une progression du

nombre de consommateurs qui se tournent vers l'abonnement à un service d'écoute de musique diffusée en continu.

La musique diffusée en continu : près de 100 milliards d'écoutes au Canada en 2019

Depuis quelques années, l'expansion des services d'écoute de musique diffusée en continu est vraisemblablement le principal facteur expliquant la baisse des ventes d'enregistrements sonores. Tout en conservant les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, l'abonnement à un service d'écoute de musique diffusée en continu permet l'accès illimité à des millions de titres par un simple clic. L'utilisateur ne paye plus en fonction de la quantité de musique qu'il achète ; il paye désormais pour un accès à des produits musicaux, sans égard au volume de consommation.

À ce jour, peu de données statistiques sur les services d'écoute de musique diffusée en continu sont disponibles pour le territoire du Québec. Cependant, l'analyse des données pour l'ensemble du Canada permet de se faire une idée du portrait au Québec. Les premières données disponibles sur l'écoute de musique en continu pour le Canada remontent à 2015, avec un total de 24,9 G (milliards) d'écoutes, soit 7,5 G d'écoutes de contenu audio et 17,4 G d'écoutes de contenu vidéo. En 2019, le nombre d'écoutes connaît une croissance annuelle de 35 %, pour se situer à 98,2 G, dont 75,8 G pour l'écoute audio, le mode d'écoute dominant depuis quelques années. Entre 2015 et 2018 (les données de 2019 ne sont pas disponibles), les revenus de l'industrie musicale canadienne issus de l'écoute en continu sont passés de 66,3 M\$ à 343,3 M\$ et la part de ces revenus dans l'ensemble des revenus de l'industrie de la musique enregistrée est passée de 15 % à 67 % (tableau 2).

5. Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](http://nielsen.com)
 6. Source : Music Canada (musiccanada.com/wp-content/uploads/2019/04/2018-Stats.pdf).
 7. Source : Recording Industry Association of America (www.riaa.com/reports/riaa-releases-2019-year-end-music-industry-revenue-report/).

Tableau 2

Nombre d'écoutes et revenus de la musique en continu, Canada, 2015 à 2019

	Unité	2015	2016	2017	2018	2019	Variation 2019/2018
							%
Nombre d'écoutes	G	24,9	36,2	49,1	72,9	98,2	34,8
Écoutes audio	G	7,5	22,9	39,1	58,6	75,8	29,3
Écoutes vidéo	G	17,4	13,3	10,0	14,3	22,4	57,0
Revenus de l'écoute en continu ¹	M\$	66,3	169,9	260,2	343,3
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus ²	%	15,3	34,7	53,6	67,3

1. Les revenus de l'écoute de musique en continu comprennent les abonnements à un service de musique (Spotify, Apple Music, Google Play Musique, etc.), les redevances versées par les services de radio numériques (Pandora, SiriusXM et autre radio sur Internet) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Vevo, la version avec publicité de Spotify, etc.).
2. L'ensemble des revenus comprend les services d'écoute de musique en continu, les ventes de produits physiques (CD et disques vinyle), les ventes de produits numériques (albums et pistes), les droits de performance et les droits de synchronisation.

Sources : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com/musiccanada.com/resources/statistics/.

Ces résultats indiquent clairement que depuis quelques années, un déplacement de la consommation musicale s'est opéré entre l'achat d'un produit physique ou numérique vers l'achat d'un service donnant accès à des millions d'enregistrements pour une écoute à volonté.

Ancienneté des titres consommés

Les données sur la consommation musicale permettent de faire une répartition selon deux catégories de date de mise en marché de l'enregistrement : a) 18 mois ou moins et b) plus de 18 mois. La comparaison entre les différents types de produits permet de constater que la part des produits récents, c'est-à-dire diffusés depuis 18 mois ou moins, est à son plus haut pour les CD (49 %) et à son plus faible pour les pistes numériques téléchargées (31 %). Ainsi, l'achat d'un CD serait davantage associé à une nouveauté, alors que l'achat d'une piste numérique serait l'occasion, pour le consommateur, d'acquiescer un enregistrement sorti il y a quelque temps, mais qui est absent de sa collection. En ce qui concerne l'écoute de musique en continu, la part des pistes récentes se situe à 38 %, soit à mi-chemin entre la part pour le CD et celle pour la piste numérique. Ce constat est en phase avec la nature de ce service, qui est utilisé par le consommateur à la fois pour écouter les plus récents enregistrements, mais aussi les classiques des années passées (tableau 3).

Concentration autour des « meilleurs vendeurs »

Les données sur la consommation musicale permettent aussi de faire une répartition selon les titres ayant été achetés ou écoutés. Ainsi, certains titres musicaux font l'objet de ventes totalisant des millions d'exemplaires, alors que d'autres titres ne génèrent que quelques dizaines d'exemplaires vendus dans une année. Bref, pour un nombre donné d'unités vendues ou d'unités écoutées, les données permettent d'observer un degré plus ou moins élevé de concentration de la consommation autour d'un certain nombre de titres.

On constate que le niveau de concentration n'est pas le même selon le type de produit musical. La taille de l'offre influe sur le niveau de concentration : une offre limitée occasionne une concentration plus élevée. C'est ce qui explique en partie pourquoi, pour les albums numériques, les 500 titres qui sont les « meilleurs vendeurs » en 2019 représentent 34 % des ventes, alors que pour les pistes numériques, ce pourcentage n'est que de 23 %. En effet, le nombre de titres d'albums offerts à l'achat est évidemment moins élevé que le nombre de titres de pistes offert, puisque les pistes proviennent presque toujours d'album et qu'un album compte plusieurs pistes. Cependant, l'étendue de l'offre n'est pas le seul facteur. Par

Tableau 3

Répartition des ventes d'enregistrements audio et de l'écoute de musique en continu selon la date de mise en marché des produits, Québec, 2019

	Date de mise en marché		Total
	18 mois et moins	Plus de 18 mois	
	%		
Ensemble des albums	46,9	53,1	100,0
Albums sur support physique ¹	49,2	50,8	100,0
Albums numériques	40,4	59,6	100,0
Pistes numériques téléchargées	30,7	69,3	100,0
Écoutes sur les services de musique en continu (Canada)	38,1	61,9	100,0
Écoutes audio	39,2	60,8	100,0
Écoutes vidéo	34,3	65,7	100,0

1. Comprendant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

exemple, en 2019, les 500 titres les plus vendus représentent 51 % des ventes pour les CD, mais seulement 34 % pour les albums numériques, alors que l'étendue de l'offre pour ces deux produits est relativement comparable. L'hypothèse ici est que la plus faible concentration des ventes pour les albums numériques s'explique par une demande plus diversifiée, en raison du choix de certains consommateurs de racheter en version numérique des albums qu'ils possèdent déjà sur support CD. Pour preuve, les albums sortis il y a plus de 18 mois représentent 51 % des ventes pour les CD et 60 % pour les albums numériques.

Par ailleurs, les données permettent aussi de constater des niveaux de concentration différents entre le marché des pistes vendues en téléchargement et le marché des pistes écoutées sur les services de musique en continu. Les 500 titres les plus vendus ont un poids de 23 % au sein du total des ventes de pistes téléchargées, alors que les 500 titres les plus écoutés ont un poids de seulement 15 % sur le total de l'écoute de musique en continu. Cet écart s'explique par la nature de ce qui est mesuré dans l'un et l'autre cas. D'un côté, c'est l'acte d'achat d'une piste qui permet par la suite de l'écouter le nombre de fois désiré et, de l'autre,

c'est directement le nombre d'écoutes de la piste qui est mesuré, dans un contexte où le consommateur a payé pour un accès à des millions d'autres pistes au sein desquelles il peut fureter à loisir et écouter une grande diversité de titres sans déboursier un sou de plus. Dans ces conditions, il est normal que la concentration de la consommation autour d'un lot de titres donné soit moins élevée dans le marché de l'écoute en continu que dans celui de l'achat d'enregistrement (tableau 4).

La part des produits québécois en hausse pour les produits numériques, dans un marché en baisse

En 2019, la part de marché des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio est à 50 %, en légère baisse par rapport à 2018 (51 %). Mais il s'agit du deuxième résultat en importance depuis l'ajout des produits numériques dans les statistiques en 2008. En connaissant la part de marché détenue par les produits québécois, il est possible d'estimer, avec une relative précision, le nombre d'unités de produits québécois vendues, que ce soit pour les CD,

les albums numériques, les pistes numériques ou l'ensemble des enregistrements audio⁹. On constate ainsi qu'en 2019 les ventes d'enregistrements audio québécois (1,771 M) sont pratiquement identiques à celles des enregistrements non québécois (1,782 M). Il n'en a pas toujours été ainsi : les ventes de produits québécois étaient autrefois majoritaires, mais entre 2018 et 2019 les ventes ont davantage reculé pour les produits québécois (-0,60 M ; -25 %) que pour les produits non québécois (-0,54 M ; -23 %). La baisse des produits québécois est particulièrement marquée pour les CD (-28 % par rapport à -19 % pour les produits non québécois).

Après avoir atteint 6,6 millions d'unités en 2004, les ventes d'enregistrements audio québécois se sont chiffrées en moyenne à 2,2 millions d'unités entre 2017 et 2019, comparativement à 2,4 millions d'unités pour les enregistrements non québécois (figure 2). En 2014, avec 3,7 M d'unités vendues, les produits québécois occupaient 42 % du marché. Cinq ans plus tard, la part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio est de 50 % même si le nombre d'unités vendues n'atteint plus désormais que 1,8 M.

Tableau 4

Répartition des ventes d'enregistrements audio et de l'écoute de musique en continu selon le rang des enregistrements au palmarès, Québec, 2019

	Rang au palmarès					Total
	1 ^{er} au 500 ^e	501 ^e au 2 000 ^e	2 001 ^e au 5 000 ^e	5 001 ^e au 10 000 ^e	10 000 ^e et plus	
	%					
Albums						
Albums sur support physique ¹	51,2	20,3	12,8	7,7	8,0	100,0
Albums numériques	34,1	16,6	12,0	8,8	28,4	100,0
Pistes numériques téléchargées	22,5	14,7	12,6	9,6	40,6	100,0
Écoutes sur les services de musique en continu (Canada)	15,0	15,1	13,2	10,5	46,3	100,0

1. Comprenant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](http://nielsen.com)

8. Pour être considéré comme québécois, un produit doit être artistiquement québécois (origine de l'artiste) ou industriellement québécois (origine de la maison de disques).

9. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (bulletin *Statistiques en bref*, n° 23), tend à exagérer le poids des albums québécois. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, le nombre de produits québécois vendus serait ainsi surestimé. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles, et cette surestimation demeure donc minime.

Après un sommet à 61 % en 2018, la part des produits québécois dans les ventes de CD recule à 58 % en 2019, ce qui est le deuxième résultat en importance depuis l'arrivée des produits numériques. À partir de 2014, cette part est constamment au-dessus de 50 % et tend à augmenter, dans un contexte de baisse globale des ventes. Sur cinq ans, la baisse des ventes de CD québécois est estimée à 56 % et celle de CD non québécois, à 64 %. L'hypothèse est que, comparativement aux CD non québécois, une moins grande partie des ventes de CD québécois s'est transformée dans

un premier temps en ventes de produits numériques et, plus récemment, en écoute de musique en continu.

Parmi les ventes d'albums numériques, la part des produits québécois se situe à 48 % en 2019, en hausse par rapport à 2018 (45 %), pour des ventes estimées à 390 000 unités. Cette hausse s'explique par le fait que les ventes d'albums numériques québécois ont moins baissé (-17 %) que les ventes d'albums non québécois (-27 %) en 2019.


La part des produits québécois dans les ventes de pistes numériques, soit 14 % en 2019 comparativement à 12 % en 2018, demeure marginale et s'inscrit dans la tendance des dernières années. Cette hausse minime de la part de marché s'explique par le fait que la décroissance des ventes de pistes québécoises (-11 % environ) est inférieure à celle des pistes non québécoises (-29 % environ). La présence de seulement 76 pistes québécoises parmi les 500 pistes les plus vendues en 2019 rappelle la place marginale des produits québécois pour ce format (figure 3). En somme, la part des

Tableau 5

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹ selon le type de support, Québec, 2017 à 2019

	2017	2018	2019
	%		
Dimension artistique²			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	37,5	44,0	46,8
Ensemble des albums	43,8	48,5	53,6
Albums sur support physique ⁴	45,4	51,0	53,2
Albums numériques	32,4	43,8	47,6
Pistes numériques téléchargées	6,3	10,6	13,7
Dimension industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	39,2	47,7	42,8
Ensemble des albums	45,8	52,9	48,9
Albums sur support physique ⁴	49,1	57,4	49,0
Albums numériques	29,2	41,7	41,9
Pistes numériques téléchargées	6,3	11,1	13,1
Dimensions artistique² ET industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	33,2	41,2	39,8
Ensemble des albums	39,0	45,7	45,2
Albums sur support physique ⁴	40,1	47,8	44,6
Albums numériques	28,8	40,8	41,5
Pistes numériques téléchargées	5,6	10,1	12,8
Dimensions artistique² OU industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	43,5	50,5	49,9
Ensemble des albums	50,7	55,8	57,3
Albums sur support physique ⁴	54,3	60,5	57,7
Albums numériques	32,9	44,7	48,0
Pistes numériques téléchargées	7,0	11,5	14,0

1. La part des ventes détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
4. Comprenant les CD et les disques vinyle.
5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

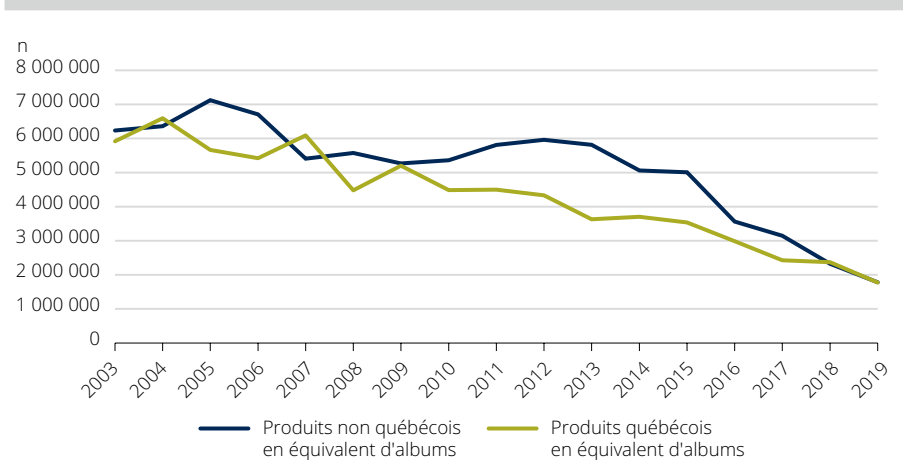
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

produits québécois dans le marché du numérique est de 36 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 58 % dans le marché du CD (figure 4).

Avant l'arrivée des produits numériques, l'industrie musicale québécoise avait réussi à faire en sorte que la moitié des CD vendus au Québec soient des produits québécois. Cette situation était essentiellement redevable à un réseau de production et de distribution local bien structuré et à la mise en valeur des artistes d'ici dans les médias. L'arrivée de la musique dématérialisée est venue bousculer le marché du CD et par ricochet l'industrie québécoise, qui n'arrivait plus à occuper le même espace sur ce nouveau mode de consommation. Dix ans plus tard, les ventes de produits numériques sont à leur tour en perte de vitesse, en raison de la popularité croissante de l'écoute de musique en continu. Ainsi, la part de marché des produits québécois est en hausse pour tous les types d'enregistrements vendus (physiques et numériques), mais dans un marché où les ventes globales d'enregistrements sont en baisse devant une croissance soutenue des

Figure 2

Ventes en équivalent d'albums^{1,2} selon la provenance nationale des enregistrements audio, Québec, 2003 à 2019



1. La quantité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 500 albums CD les plus vendus, les 500 albums numériques les plus vendus et les 500 pistes numériques les plus vendues, chaque année.
2. Dans les calculs, treize disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Tableau 6

Part des produits québécois parmi les ventes d'albums^{1,2}, Québec, 2010 à 2019

Année	Dimension artistique ³	Dimension industrielle ⁴	Dimensions artistique ³ ET industrielle ⁴	
			Dimension artistique ³	Dimension artistique ³ OU industrielle ⁴
%				
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,3
2014	45,5	41,5	38,4	48,6
2015	44,5	44,8	41,5	47,9
2016	45,9	40,4	33,5	52,8
2017	43,8	45,8	39,0	50,7
2018	48,5	52,9	45,7	55,8
2019	53,6	48,9	45,2	57,3

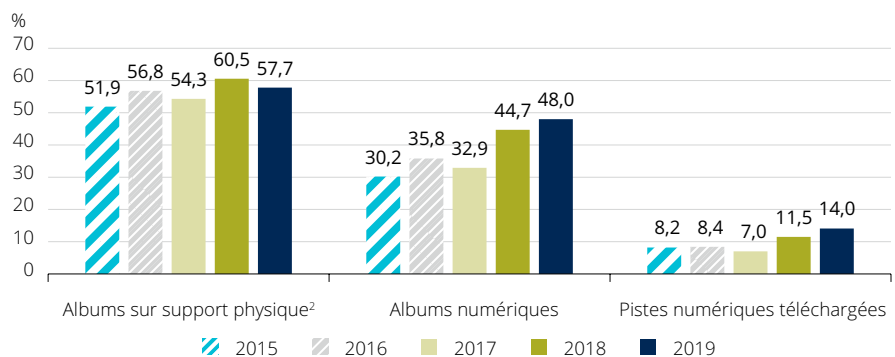
1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Comprenant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 3

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2015 à 2019



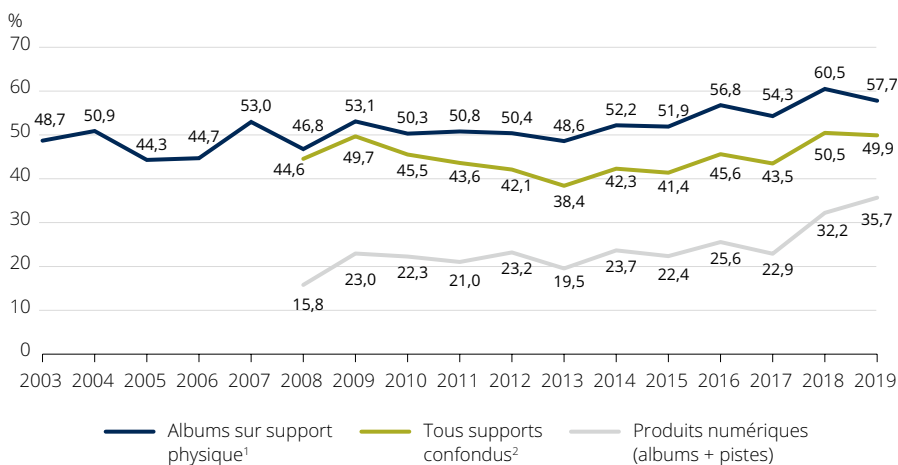
1. La part des ventes détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 4

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2019



1. Comprenant les CD et les disques vinyle.
2. Excluant les disques monopages.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

services d'écoute de musique diffusée en continu. Cependant, aucune donnée n'est disponible pour la part québécoise dans les services d'écoute de musique diffusée en continu.

La part des produits en français en baisse

En 2019, la part des produits en français dans les ventes d'enregistrements audio se situe à 36 % pour l'ensemble des supports, en baisse après trois années de hausse (32 % en 2016, 35 % en 2017 et 41 % en 2018). Ce résultat est supérieur à la moyenne des cinq dernières années (34 %). Cette baisse s'explique par un recul plus important des produits en français (- 33 %) que des produits en anglais (- 19 %) ou dans une autre langue (- 9 %) (figure 6).

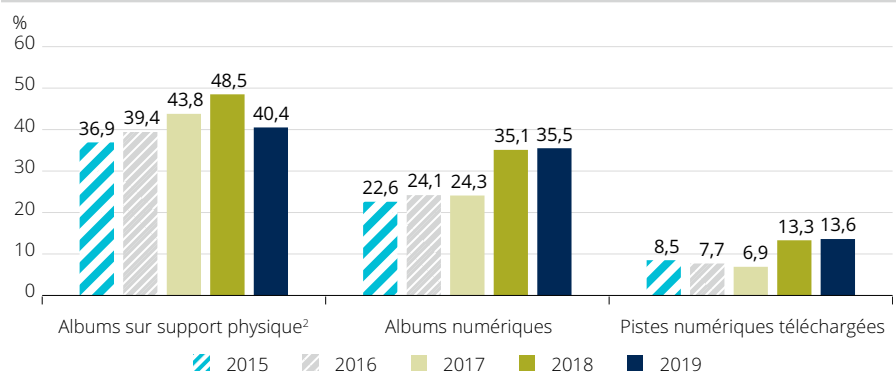
En 2019, la part des produits en français dans les ventes de CD se situe à 40 %, en baisse par rapport à 2018 (49 %), en raison de la forte baisse des ventes de CD en français (- 37 %) comparativement à la baisse des ventes de CD en anglais (- 12 %). La part des CD en français a oscillé entre 30 % et 40 % de 2005 à 2016 avant de grimper au-dessus de 40 % en 2017 (figure 5). La part des produits en français en 2019 est de 36 % pour les albums numériques et de 14 % pour les pistes numériques. Globalement, pour l'ensemble des produits numériques, la part des produits en français est de 28 %. Les années 2018 et 2019 sont les seules où la part globale des produits francophones est de plus de 20 % depuis 2008 (figure 6).

Marché de l'album québécois

La part des albums en français dans les ventes d'albums québécois se situe à 65 % en 2019, en recul par rapport à 2018 (71 %) et 2017 (73 %). En fait, c'est le plus faible résultat depuis 2010 (58 %). La part sur les cinq dernières années se situe à 68 % (figure 7). La part des albums en anglais

Figure 5

Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2015 à 2019



1. La part des ventes détenue par les enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

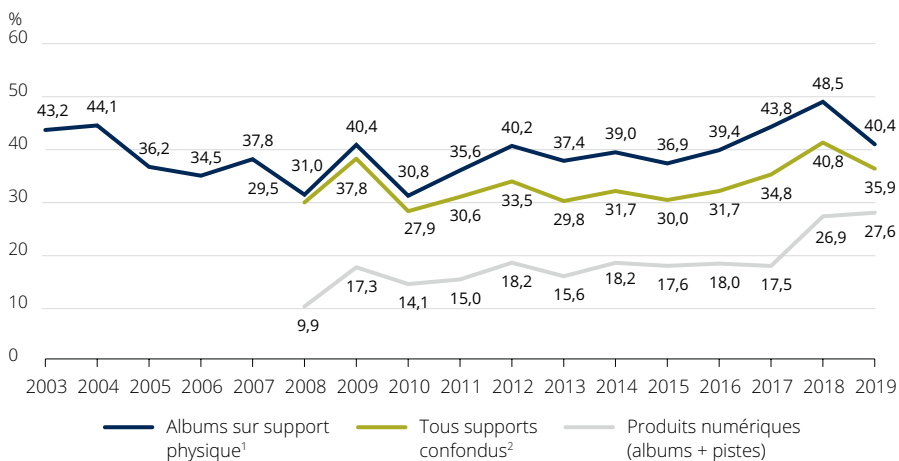
Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

dans les ventes d'albums québécois se situe à 23 %, en hausse par rapport à 2018 (20 %) et à 2017 (22 %) (figure 7).

Figure 6

Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2019



1. Comprenant les CD et les disques vinyle.
2. Excluant les disques monopages.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 7

Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance nationale et la langue d'enregistrement¹, Québec, 2017 à 2019

	Support physique ²			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus ³		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
	%											
Enregistrements audio québécois⁴												
En français	39,7	43,3	37,1	22,1	31,1	32,9	5,6	9,9	11,6	31,4	36,1	32,9
En anglais	11,5	11,6	14,0	9,7	9,9	9,0	1,4	1,7	2,2	9,7	9,9	11,3
Dans une autre langue ou sans paroles	3,2	5,6	6,6	1,2	3,7	6,1	-	-	0,2	2,4	4,4	5,7
Enregistrements audio non québécois												
En français	4,2	5,2	3,4	2,2	4,0	2,6	1,2	3,5	2,0	3,4	4,7	3,0
En anglais	40,5	32,5	37,4	62,2	49,5	47,1	83,3	79,6	78,2	50,7	42,6	44,8
Dans une autre langue ou sans paroles	1,0	1,8	1,6	2,7	1,8	2,3	8,4	5,4	5,8	2,4	2,3	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.
3. Comprenant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.
4. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 8

Répartition des ventes d'albums¹ selon la provenance nationale et la langue d'enregistrement², Québec, 2010 à 2019

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	%									
Albums québécois³										
En français	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7	34,6	36,8	39,8	37,4
En anglais	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7	15,9	11,3	10,9	13,3
Dans une autre langue ou sans paroles	5,5	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5	2,4	2,6	5,0	6,6
Albums non québécois										
En français	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0	1,6	3,6	4,7	3,2
En anglais	46,7	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8	45,2	44,4	38,1	37,8
Dans une autre langue ou sans paroles	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3	0,5	1,3	1,4	1,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

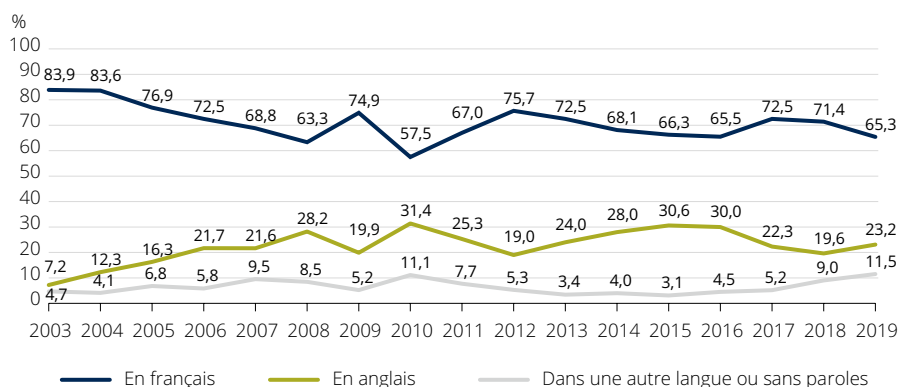
1. Comprenant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 7

Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2019

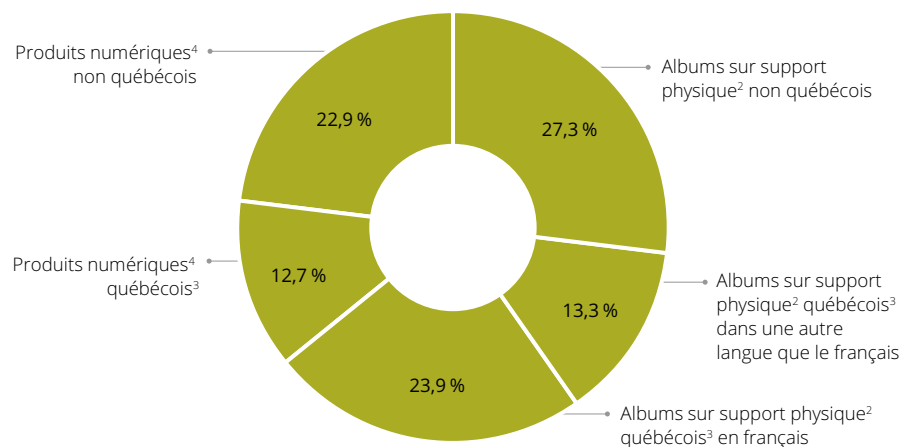


Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 8

Répartition des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums¹ selon le type de support, la provenance nationale et la langue, Québec, 2019



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.
3. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
4. Comprenant les albums numériques et les pistes numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le détail des ventes

On obtient un nouvel éclairage sur l'évolution de la part des produits québécois et de celle des produits en français dans les ventes lorsqu'on analyse la fluctuation des ventes d'enregistrements audio selon le format (album ou disque monoplage ou piste), le support (physique ou numérique), la provenance (québécoise ou non québécoise) et la langue (française, anglaise ou autre) (figure 8).

Les ventes d'enregistrements audio diminuent de 1100 000 unités entre 2018 et 2019 et cette baisse se détaille ainsi :

Produits québécois

- CD en français : - 460 000 unités (- 35 %)
- CD en anglais : - 30 000 unités (- 9 %)
- Albums numériques francophones : - 60 000 unités (- 18 %)
- Albums numériques anglophones : - 30 000 unités (- 30 %)
- Pistes numériques en équivalent d'album : - 8 000 unités (- 11 %)

Produits non québécois

- CD en français : - 80 000 unités (- 51 %)
- CD en anglais : - 130 000 unités (- 13 %)
- Albums numériques francophones : - 20 000 unités (- 49 %)
- Albums numériques anglophones : - 135 000 unités (- 26 %)
- Pistes numériques en équivalent d'album : - 160 000 unités (- 29 %)

Ce détail illustre l'effet du recul des ventes de CD québécois en français (- 460 000 unités) et des ventes d'albums numériques en anglais (- 165 000 unités) sur le portrait général. Le recul des ventes des CD québécois explique la baisse des parts de marché pour les CD québécois et les CD francophones. Après une hausse des ventes d'albums numériques francophones québécois en 2018, tous les produits sont en baisse en 2019.

Les palmarès de vente

Voici quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2019. À noter que des palmarès plus détaillés sont présentés sur le site Web de l'Institut de la statistique du Québec.

Palmarès des albums

En 2019, sur les 20 albums les plus vendus, 17 titres sont québécois (15 en 2018) et 12 titres sont en français (9 en 2018). Globalement, la présence des albums québécois au sein du palmarès s'est maintenue en 2019 (tableau 9).

Tableau 9


Liste des albums les plus vendus^{1,2}, Québec, 2019

Rang	Titre ³	Artiste ³	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Courage	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
2	Inscape	Alexandra Strélski	Autre	Québec	Québec
3	Coucou Passe-Partout	Passe-Partout	Français	Québec	Québec
4	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
5	En attendant Noël	Isabelle Boulay	Français	Québec	Québec
6	A Star Is Born Soundtrack	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
7	Shine A Light	Bryan Adams	Anglais	Autre	Autre
8	L'étrange pays	Jean Leloup	Français	Québec	Québec
9	When We All Fall Asleep, Where do We Go ?	Billie Eilish	Anglais	Autre	Autre
10	Serge Fiori, Seul Ensemble	Artistes variés	Français	Québec	Autre
11	Pelchat Aznavour Désormais	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
12	Thanks For The Dance	Leonard Cohen	Anglais	Québec	Autre
13	Au pays de Nana Mouskouri	Laurence Jalbert	Français	Québec	Québec
14	La Voix 2019	Compilation	Anglais	Québec	Québec
15	Papillon	Lara Fabian	Français	Québec	Québec
16	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
17	Dysphorie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
18	À jamais	Ginette Reno	Français	Québec	Québec
19	Après	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
20	Perfecto	Bleu Jeans Bleu	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes comprennent les albums sur support physique et les albums numériques.

2. Un palmarès des 50 albums les plus vendus peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

3. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

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

Palmarès des albums québécois

Parmi les 20 albums québécois les plus vendus en 2019, 13 sont en français (12 en 2018), 4 sont en anglais (6 en 2018) et 3 sont dans une autre langue (2 en 2018). Contrairement aux dernières années, les deux albums québécois les plus vendus ne sont pas en français, mais en anglais (*Courage* de Céline Dion) et dans une autre langue que le français ou l'anglais (*Inscape* d'Alexandra Strélski) (tableau 10).

Palmarès des albums numériques

Parmi les 10 albums numériques les plus vendus au Québec en 2019, 8 sont québécois et 4 sont en français. Le nombre d'albums numériques québécois est de 184 parmi les 500 albums les plus vendus (193 albums québécois en 2018) (tableau 11).


Tableau 10

Liste des albums québécois les plus vendus^{1,2}, Québec, 2019

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Courage	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
2	2	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
3	3	Coucou Passe-Partout	Passe-Partout	Français	Québec	Québec
4	4	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
5	5	En attendant Noël	Isabelle Boulay	Français	Québec	Québec
6	8	L'étrange pays	Jean Leloup	Français	Québec	Québec
7	10	Serge Fiori, Seul Ensemble	Artistes variés	Français	Québec	Autre
8	11	Pelchat Aznavour Désormais	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
9	12	Thanks For The Dance	Leonard Cohen	Anglais	Québec	Autre
10	13	Au pays de Nana Mouskouri	Laurence Jalbert	Français	Québec	Québec
11	14	La Voix 2019	Compilation	Anglais	Québec	Québec
12	15	Papillon	Lara Fabian	Français	Québec	Québec
13	16	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
14	17	Dysphorie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
15	18	À jamais	Ginette Reno	Français	Québec	Québec
16	19	Après	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
17	20	Perfecto	Bleu Jeans Bleu	Français	Québec	Québec
18	22	Plus belles chansons d'amour à la flûte de pan	Compilation	Autre	Québec	Québec
19	25	Pianoscope	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
20	26	Live au Pas Perdu	Salebarbes	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes comprennent les albums sur support physique et les albums numériques.

2. Un palmarès des 50 albums québécois les plus vendus est disponible sur le site Web de l'OCCQ : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

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


Tableau 11

Liste des albums numériques les plus vendus¹, Québec, 2019

Rang	Titre ²	Artiste ²	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
2	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
3	L'étrange pays	Jean Leloup	Français	Québec	Québec
4	When We All Fall Asleep, Where do We Go?	Billie Eilish	Anglais	Autre	Autre
5	A Star Is Born Soundtrack	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
6	Coucou Passe-Partout	Passe-Partout	Français	Québec	Québec
7	Dreaming Time Again (microalbum)	Corey Hart	Anglais	Québec	Autre
8	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
9	Tout ça pour ça	Loud	Français	Québec	Québec
10	Déconstruction	Sef Lemelin	Autre	Québec	Québec

1. Un palmarès des 20 albums numériques les plus vendus peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

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

Palmarès des pistes numériques


La faible présence de pistes québécoises parmi les 10 pistes numériques les plus téléchargées (une seule à la 9^e place en 2019) illustre, année après année, la faiblesse des ventes de musique québécoise dans ce format. Au palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 76 pistes sont québécoises (72 en 2018), un résultat largement en deçà du nombre de produits québécois parmi les 500 CD (218) ou les 500 albums numériques (184) les plus vendus (tableau 12).

Tableau 12

Liste des pistes numériques les plus vendues¹, Québec, 2019

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Old Town Road	Lil Nas X	Anglais	Autre	Autre
2	Shallow	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
3	Señorita	Shawn Mendes & Camila Cabello	Anglais	Autre	Autre
4	Someone You Loved	Lewis Capaldi	Anglais	Autre	Autre
5	Dance Monkey	Tones And I	Anglais	Autre	Autre
6	Con Calma	Daddy Yankee & Katy Perry Feat. Snow	Autre	Autre	Autre
7	I Don't Care	Ed Sheeran & Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
8	Bad Guy	Billie Eilish	Anglais	Autre	Autre
9	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Français	Québec	Québec
10	You Say	Lauren Daigle	Anglais	Autre	Autre

1. Un palmarès des 20 pistes les plus vendues peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. 

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

Tableau 13

Palmarès des pistes d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu au Canada¹, 2019

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Genre
1	151	My Heart Will Go On	Céline Dion	Anglais	Pop
2	804	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Français	Pop
3	1 513	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Hip hop / rap
4	1 718	Sometimes, All The Time (Feat. Charlotte Cardin)	Loud	Anglais	Hip hop / rap
5	1 767	Fallait y aller	Loud	Français	Hip hop / rap
6	1 881	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Français	Folk
7	2 366	Because You Loved Me	Céline Dion	Anglais	Pop
8	2 536	Médailles	Loud	Français	Hip hop / rap
9	2 555	Gaye	Fouki	Français	Hip hop / rap
10	2 578	Le bonheur des autres	Souldia	Français	Hip hop / rap
11	2 585	Ashes	Céline Dion	Anglais	Pop
12	2 680	The Power Of Love	Céline Dion	Anglais	Pop
13	2 700	It's All Coming Back To Me Now	Céline Dion	Anglais	Pop
14	2 869	Lost	Lucky Rose	Anglais	Urbain / électronique / dance
15	2 957	Ça va	Émile Bilodeau	Français	Folk
16	3 293	Reborn	Colin Stetson	Anglais	Jazz et blues
17	3 360	Cinq à sept	Koriass	Français	Hip hop / rap
18	3 452	I'm Alive	Céline Dion	Anglais	Pop
19	3 513	Imperfections	Céline Dion	Anglais	Pop
20	3 521	That's The Way It Is	Céline Dion	Anglais	Pop

1. Les données portent sur les services interactifs d'écoute de musique en continu (Amazon Music, Apple Music, Deezer, Google Play Musique, Groove, Napster, SoundCloud, Spotify, Tidal et Youtube). Les données excluent les services de programmation d'écoute de musique en continu (SiriusXM, Slacker, etc).

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

Le palmarès de l'écoute de musique en continu

Les données dont dispose l'OCCQ portent sur l'écoute de musique en continu dans l'ensemble du marché canadien et non seulement au Québec. Il est intéressant de voir, dans le marché canadien, quelles sont les pistes d'interprètes québécois qui sont les plus écoutées. Sur les 20 pistes d'interprètes québécois les plus écoutées au Canada, 11 sont en anglais (dont 8 interprétées par Céline Dion), ce qui n'est pas une surprise étant donné qu'il est question du marché canadien et non québécois. On remarque aussi que 6 des 10 pistes les plus écoutées sont du genre hip-hop / rap et que parmi ces 6 pistes, 4 sont interprétées par Loud (tableau 13)

Le palmarès des 20 pistes francophones d'interprètes québécois les plus écoutées est très intéressant à examiner parce que l'écoute par la population hors Québec y contribue vraisemblablement très peu et qu'il donne donc une bonne idée de l'écoute de cette catégorie de musique sur le territoire du Québec. Dans ce palmarès, on trouve une seule piste de Céline Dion, en 15^e position, soit la chanson *Pour que tu m'aimes encore*. Les interprètes les plus présents sont Loud avec cinq chansons, les Cowboys Fringants avec trois et Souldia avec deux. Sur les 20 pistes francophones d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services de musique en continu, 10 sont du genre hip hop / rap.

Pour terminer, le tableau 15 compare la liste des 10 interprètes québécois les plus vendus ou écoutés selon le support (albums

physiques, albums numériques, pistes numériques et écoutes en continu). Rappelons que les données sur les ventes sont pour le Québec, alors que les données sur l'écoute de musique en continu sont pour le Canada dans son ensemble. Seulement deux interprètes, Céline Dion et Les Cowboys Fringants, sont présents dans les quatre palmarès. Céline Dion occupe la première place dans tous les palmarès, sauf celui sur les albums numériques, où elle arrive 10^e. Les Cowboys Fringants occupent l'une des quatre premières places dans chacun des palmarès. À noter que parmi les 10 interprètes québécois les plus écoutés sur les services de musique diffusée en continu, 5 ne se retrouvent dans aucun des trois palmarès des ventes : Souldia, Fouki, Enima, Arcade Fire et Koriass (tableau 15).

Tableau 14

Palmarès des pistes en français d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu, au Canada¹, 2019

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Genre
1	804	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Pop
2	1 513	Toutes les femmes savent danser	Loud	Hip hop / rap
3	1 767	Fallait y aller	Loud	Hip hop / rap
4	1 881	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Folk
5	2 536	Médailles	Loud	Hip hop / rap
6	2 555	Gaye	Fouki	Hip hop / rap
7	2 578	Le bonheur des autres	Souldia	Hip hop / rap
8	2 957	Ça va	Émile Bilodeau	Folk
9	3 360	Cinq à sept	Koriass	Hip hop / rap
10	3 664	Jamais de la vie	Loud	Hip hop / rap
11	3 670	Embarque ma belle	Kain	Pop
12	3 739	Les étoiles filantes	Les Cowboys Fringants	Rock
13	3 842	Nouveaux riches	Loud	Hip hop / rap
14	3 925	Valentina	Souldia	Hip hop / rap
15	4 037	Pour que tu m'aimes encore	Céline Dion	Pop
16	4 208	Seuls ensemble	Roxane Bruneau	Pop
17	4 367	Marine marchande	Les Cowboys Fringants	Folk
18	4 482	Chacun sa manière	Enima & Souldia & Fou Furieux	Hip hop / rap
19	4 508	On va s'aimer encore	Vincent Vallières	Pop
20	4 553	Plus tôt	Alexandra Stréliski	Musique classique/Opéra

1. Les données portent sur les services interactifs d'écoute de musique en continu (Amazon Music, Apple Music, Deezer, Google Play Musique, Groove, Napster, SoundCloud, Spotify, Tidal et Youtube). Les données excluent les services de programmation d'écoute de musique en continu (SiriusXM, Slacker, etc).

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

Tableau 15

Palmarès des 10 artistes québécois les plus vendus ou écoutés selon le type de produits, Québec et Canada, 2019

Rang	Québec			Canada
	Vente d'albums physiques	Ventes d'albums numériques	Ventes de pistes numériques	Écoutes ^{1,2}
1	Céline Dion	Les Cowboys Fringants	Céline Dion	Céline Dion
2	Alexandra Stréliski	Alexandra Stréliski	Les Cowboys Fringants	Loud
3	Passe-Partout	Jean Leloup	Loud	Les Cowboys Fringants
4	Les Cowboys Fringants	François Pérusse	Bleu Jeans Bleu	Souldia
5	Isabelle Boulay	Corey Hart	Les Trois Accords	Fouki
6	Leonard Cohen	Passe-Partout	Roxane Bruneau	Enima
7	Jean Leloup	Loud	Charlotte Cardin	Arcade Fire
8	Mario Pelchat	Les Trois Accords	Cœur de pirate	Koriass
9	Laurence Jalbert	Émile Bilodeau	Éric Lapointe	Charlotte Cardin
10	Les Trois Accords	Céline Dion	2Frères	Alexandra Stréliski

1. Les données portent sur les services interactifs d'écoute de musique en continu (Amazon Music, Apple Music, Deezer, Google Play Musique, Groove, Napster, SoundCloud, Spotify, Tidal et Youtube). Les données excluent les services de programmation d'écoute de musique en continu (SiriusXM, Slacker, etc).

2. Les données sur l'écoute de musique en continu sont pour l'ensemble du Canada.

Source : Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

Dans la collection *Optique culture*

Vient de paraître

n° 69	La fréquentation des cinémas en 2019	Février 2020
n° 68	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2018	Octobre 2019
n° 67	Usage et financement des bibliothèques publiques québécoises, de 2013 à 2017	Octobre 2019
n° 66	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2018	Juin 2019

Abréviations, symboles et signes conventionnels

..	Donnée non disponible	n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer	M	En millions
-	Néant ou zéro	G	En milliards
		%	Pour cent ou pourcentage

Notice bibliographique suggérée

FORTIER, Claude (2020). « Le marché québécois de la musique enregistrée en 2019 », *Optique culture*, [En ligne], n° 70, mai, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-18. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-70.pdf].

Ce bulletin est réalisé par :

Claude Fortier

Ont collaboré à la réalisation :

Daniel Beaulieu, technicien
Christine Routhier, coordonnatrice
Observatoire de la culture et des communications
du Québec

Julie Boudreault, révision linguistique
Andrée-Ann Sénéchal, mise en page
Direction de la diffusion et des communications

Pour plus de renseignements :

Observatoire de la culture et des communications
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 : www.stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
2^e trimestre 2020
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.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Pour consulter la version PDF : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture