



Le marché québécois de la musique enregistrée en 2020

Claude Fortier

Observatoire de la culture et des communications du Québec

Faits saillants

- Ventes de 2,3 millions d'unités d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums et pistes) en 2020, une baisse de plus de 36 % par rapport à 2019.
- Ventes de 1,1 M de CD (- 48 % par rapport à 2019), de 0,2 M de disques vinyle (- 14 %), de 0,7 M d'albums numériques (- 16 %) et de 4,6 M de pistes numériques (- 23 %).
- Pour l'ensemble du Canada, l'écoute audio de musique en continu totalise 88,0 G d'écoutes en 2020 (+ 16 % par rapport à 2019).
- Trois semaines après la déclaration de l'état d'urgence sanitaire, le 13 mars 2020, les ventes cumulées de CD et de disque vinyle ont reculé de 87 %.

Les produits québécois au sein des ventes d'enregistrements audio

- Dans un contexte de décroissance des ventes d'enregistrements audio, la part de marché des produits québécois s'est maintenue en 2020 :
 - La part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums est de 49 % en 2020 comparativement à 50 % en 2019.
 - La part des produits québécois dans les ventes varie selon le type de produit. Elle est de :
 - 55 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle) ;
 - 41 % pour les produits numériques (54 % pour les albums numériques et 17 % 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*) depuis 2002. Une attention particulière est portée aux résultats hebdomadaires de 2020 aux fins de la mesure de l'incidence de la pandémie. On y traite d'enregistrements tant sur support physique (comme les CD et les disques vinyle) que sur support 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, ainsi que des palmarès de ventes et d'écoute.

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 48 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle), à 5 % pour les albums numériques et à 7 % 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 2020 :
 - Les produits en français représentent 33 % des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums, un résultat inférieur à celui de 2019 (36 %).
 - La part des produits francophones au sein des ventes varie selon le type de produit. Elle est de :
 - 39 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle) ;
 - 27 % pour les produits numériques (33 % pour les albums numériques et 16 % pour les pistes numériques) ;
 - La baisse des ventes de produits francophones est estimée à 48 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle), à 23 % pour les albums numériques et à 11 % pour les pistes numériques.
 - Parmi les ventes d'albums québécois, la part des produits en français est de 63 % (65 % en 2019).

L'écoute des interprètes québécois sur les services de musique en continu au Canada

- De 2015 à 2020, l'écoute des interprètes québécois est passée de 155 M à 1 786 M. Elle s'est maintenue à environ 2 % de l'ensemble des écoutes sur ces services au Canada.
- En 2020, le nombre de pistes d'interprètes québécois parmi les 10 000 plus écoutées est de 131.
- La part de l'écoute des interprètes francophones parmi les interprètes québécois est passée de 55 % à 65 %.

Les palmarès en 2020

- Les albums d'artistes québécois occupent les huit premières places au palmarès des ventes.
- La piste québécoise la plus écoutée sur les services de musique en continu au Canada est *L'Amérique pleure*, des Cowboys Fringants.
- Céline Dion, Les Cowboys Fringants et Alexandra Stréliski sont les trois artistes québécois qui sont les plus écoutés au Canada

Notes méthodologiques

Source

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 Music / MRC Data (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 2020, les ventes annuelles de ces 500 titres représentent 55 % des ventes pour les produits physiques (CD et disques vinyle), 31 % pour les albums numériques et 20 % 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 majorité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée afin d'alléger le texte. 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 Music / MRC Data 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 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.

La pandémie accélère la tendance à la hausse de l'écoute de musique en continu et la baisse des ventes d'enregistrements musicaux

En 2020, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums³ s'élèvent à 2,3 M d'unités, en baisse de 36 % par rapport à 2019. Ces ventes se détaillent ainsi : 1,1 M de CD (- 48 %) ; 0,2 M de disques vinyle (- 14 %) ; 0,7 M d'albums numériques (- 16 %) et 4,6 M de pistes numériques (- 23 %) (tableau 1). La pandémie, avec la fermeture

des disquaires durant quelques semaines⁴, est venue amplifier la baisse de ventes de CD, lesquelles avaient déjà diminué de 26 % en 2019. Même si les ventes de produits numériques demeurent en baisse en 2020, le taux de décroissance pour les albums numériques et les pistes numériques est légèrement moins élevé qu'en 2019. Une hypothèse avancée pour expliquer cette différence est qu'une partie des consommateurs, devant l'impossibilité d'acheter des CD, ont plutôt opté pour un produit numérique. Les premiers résultats de 2021 indiquent que la tendance se poursuit, la baisse des ventes d'enregistrements audio enregistrée au 6 mai 2021 étant de 9 % par rapport à la même période de 2020⁵. Cette diminution, selon notre hypothèse, se fait au profit de l'écoute sur les services de musique en continu (*streaming*).

Le CD

Les ventes de CD ont baissé de 48 % en 2020 et de 92 % depuis le sommet de 2004. Même si la tendance à la baisse existe depuis plus d'une décennie, une partie du recul s'explique par la fermeture des

Tableau 1

Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2016 à 2020

	2016	2017	2018	2019	2020	Variation 2020/2019
	k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums ¹	6 551,8	5 575,2	4 695,3	3 553,9	2 270,1	- 36,1
Ensemble des albums	5 672,9	4 832,9	4 066,9	3 095,5	1 919,8	- 38,0
Albums sur support physique	4 201,8	3 662,9	3 024,0	2 288,6	1 241,8	- 45,7
CD	4 155,2	3 520,1	2 843,1	2 107,5	1 085,9	- 48,5
Disques vinyle	107,7	142,8	180,9	181,1	155,9	- 13,9
Albums numériques	1 471,1	1 170,0	1 042,9	806,8	678,0	- 16,0
Ensemble des pistes	11 426,2	9 649,8	8 168,6	5 958,8	4 554,3	- 23,6
Pistes numériques téléchargées	11 413,4	9 640,1	8 155,9	5 946,4	4 554,3	- 23,4
Disques monoplages (singles)	12,8	9,7	12,7	12,4

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

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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.

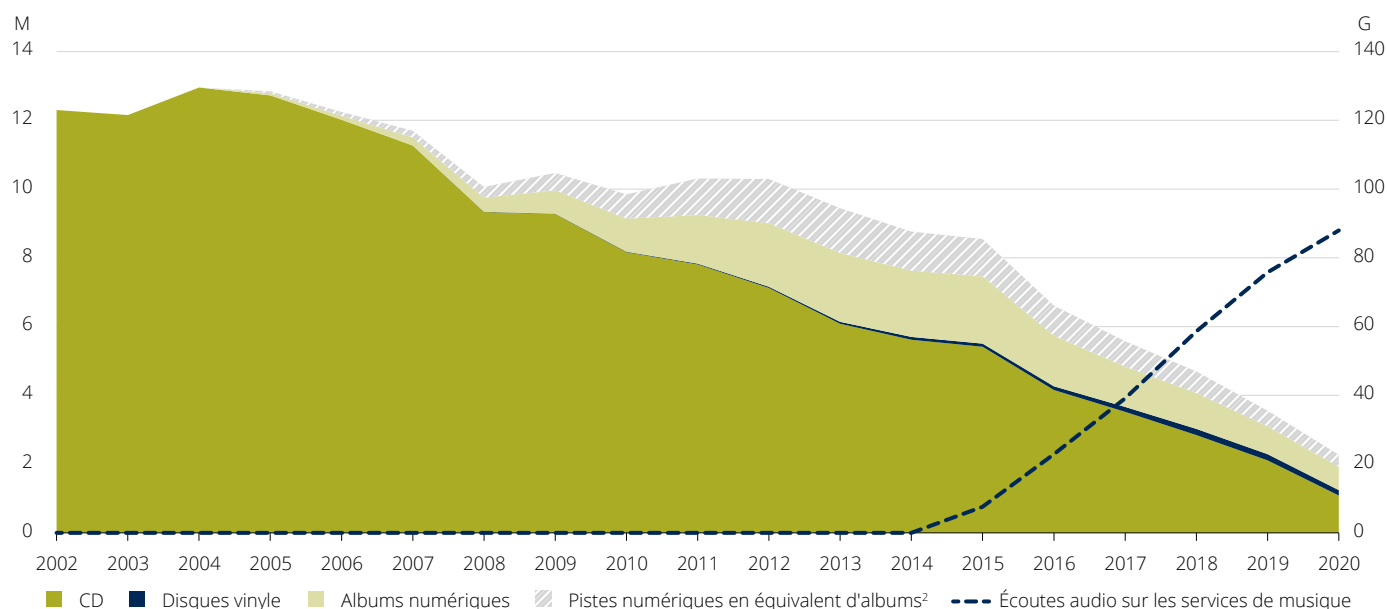
3. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous utiliserons l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.

4. Les commerces ont été fermés du 23 mars au 3 mai 2020, sauf dans pour le Grand Montréal, où la réouverture a eu lieu le 25 mai 2020.

5. Voir statistique.quebec.ca/fr/document/vente-denregistrements-audio-a-partir-de-2006-donnees-hebdomadaires/tableau/nombre-enregistrements-audio-vendus-selon-type-produit-donnees-hebdomadaires-quebec#annee=2021&tri_sem=1996053.

Figure 1

Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit¹ et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2020



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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

commerces durant quelques semaines en raison des mesures de confinement imposées en raison de la pandémie. Même si les ventes de CD comptent encore pour 48 % du marché des ventes d'enregistrements audio au Québec, cette part affiche aussi une tendance à la baisse (part de 60 % en 2019) en raison de la diminution des ventes de CD plus prononcée que celle des ventes de produits numériques. À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions d'unités en 2004 à 1,8 million d'unités en 2020, soit une baisse de 94 %⁶. Sur ce territoire, le CD occupe maintenant 27 % du marché de la vente de biens musicaux, ce qui exclut les services de musique 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 de disque vinyle, ou à tout le moins l'absence de baisse de ces ventes ces dernières années 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. Après une croissance des ventes de disques vinyle de 33 % en 2017 et de 27 % en 2018, la croissance a été de 0,1 % en 2019, durant une année où les ventes de CD ont reculé de 26 %. En 2020, dans un contexte de pandémie où les ventes de CD sont en recul de 48 %, les ventes de

vinyles sont en baisse de seulement 14 %. Représentant 13 % des ventes de produits physiques en 2020, le disque vinyle atteint un nouveau sommet. En 2021, les ventes de disques vinyle semblent rebondir, la hausse enregistrée au 6 mai étant de 58 % par rapport à la même période de 2020, tandis que les ventes de CD sont en baisse (- 7 %).

La place du vinyle est plus significative dans l'ensemble du Canada et aux États-Unis, où elle continue à prendre de l'importance. Au Canada, en 2020, les disques vinyle représentent 24 % des ventes⁷ d'enregistrements sur support physique (16 % en 2019) en nombre d'unités et 54 % des revenus⁸ (37 % en 2019). Aux États-Unis, les proportions sont de 40 % pour les ventes en nombre d'unités (26 % en 2019) et de 55 % pour les revenus (42 % en 2019)⁹.

6. Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

7. Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

8. Source : Music Canada (musiccanada.com/wp-content/uploads/2021/04/2020-Stats.pdf).

9. Source : Recording Industry Association of America (www.riaa.com/wp-content/uploads/2021/02/2020-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf).

L'album numérique et la piste numérique

Les ventes des produits numériques (albums et pistes numériques) sont en baisse de 19 % en 2020, après un recul de 24 % en 2019. S'il est difficile de vérifier avec certitude l'importance des ventes de CD qui se sont transférées vers les ventes de produits numériques en raison de la pandémie, il demeure que la tendance à la baisse des ventes de produits numériques observée depuis quelques années n'a pas été freinée. Les ventes d'albums numériques diminuent pour une cinquième année consécutive, le recul cumulatif des ventes étant de 65 % depuis 2015. Pour leur part, les ventes de pistes numériques sont en recul chaque année depuis le sommet de 16,9 M en 2013 (baisse cumulative des ventes de 73 %). Même si nous ne pouvons établir de lien de cause à effet direct, on ne peut s'empêcher de constater que durant cette même période, l'écoute sur les services de musique en continu bat de nouveaux records chaque année.

La musique en continu : 88 milliards d'écoutes au Canada en 2020

Tout en offrant les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, les services d'écoute de musique diffusée en continu permettent un accès illimité à des millions de titres par un simple clic, moyennant des frais d'abonnement. 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, il n'y a pas de données statistiques sur les services de musique en continu disponibles exclusivement 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 audio¹⁰ de musique en continu pour le Canada remontent à 2015, année où on a enregistré un total de 7,5 G (milliards)

d'écoutes. Par la suite, ce mode de consommation de musique a connu une forte croissance pour atteindre 88,0 G d'écoutes en 2020, une croissance de 16 % par rapport à 2019. De 2015 à 2020, les revenus de l'industrie musicale canadienne issus de l'écoute en continu sont passés de 66 M\$ à 482 M\$¹¹, et la part de ces revenus dans l'ensemble des revenus de l'industrie de la musique enregistrée au Canada est passée de 15 % à 74 %. L'écoute en continu est ainsi devenue la principale source de revenus de l'industrie (tableau 2). Les revenus de l'industrie musicale canadienne totalisent, en 2020, 648 M\$. Il faut remonter à 2005 pour constater des revenus plus élevés (665 M\$), à une époque où 96 % des revenus provenaient de la vente de produits physiques.

Tableau 2

Nombre d'écoutes et revenus de la musique en continu, Canada, 2016 à 2020

	Unité	2016	2017	2018	2019	2020	Variation 2020/2019
							%
Nombre d'écoutes	G	36,2	49,1	72,9	98,2	96,9	- 1,4
Écoutes audio	G	22,9	39,1	58,6	75,8	88,0	16,1
Écoutes vidéo	G	13,3 ¹	10,0	14,3	22,4	8,9 ²	- 60,4
Revenus de l'écoute en continu ³	M\$	169,9	260,2	343,3	408,8	481,5	17,8
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus ⁴	%	34,7	53,6	67,3	68,2	74,3	...

- À partir du troisième trimestre de 2016, un important service de vidéos musicales en continu a seulement comptabilisé les chansons avec plus de 1 000 écoutes par jour.
- En raison d'un changement majeur de méthodologie d'un important service de vidéos musicales en 2020, la donnée de 2020 sur l'écoute de vidéos est indiquée ici à titre informatif, mais ne doit pas être comparée aux résultats des années précédentes.
- 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.).
- 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.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.
Music Canada (musiccanada.com/resources/statistics/).

10. Depuis 2015, les données sur l'écoute sont divisées entre l'écoute audio et l'écoute vidéo. Cependant, des changements dans la méthodologie du recensement de l'écoute vidéo ont été apportés en 2016 et 2020 par un important service de vidéos musicales ce qui empêche la comparaison avec les années antérieures et vient complexifier l'analyse de l'écoute totale. Dans ces conditions, nous avons fait le choix de limiter notre analyse à l'écoute audio, qui représente 91 % de l'écoute selon les données disponibles en 2020. Afin d'alléger le texte, à partir de ce point, le terme écoute fera référence à l'écoute audio.

11. Source : Music Canada (musiccanada.com/resources/statistics/).

Évolution hebdomadaire de la consommation musicale en 2020

L'année 2020, avec l'arrivée de la pandémie en mars, a été atypique à plusieurs égards. Dans ces conditions, il est nécessaire de ne pas se limiter aux résultats annuels et de plutôt présenter les résultats hebdomadaires afin de voir comment ont évolué les ventes et l'écoute durant l'année. Pour contenir la propagation de la COVID-19, les commerces ont été fermés à partir du 23 mars, soit durant la douzième semaine de l'année. Cependant, c'est à partir de la semaine précédente, soit celle ayant débuté le vendredi 13 mars, journée où l'état d'urgence sanitaire a été déclaré, que l'effet de la pandémie a véritablement commencé à se faire sentir sur le plan des ventes de produits musicaux, principalement celles de CD, lesquelles sont passées de 29 000 à 14 000 unités par semaine. Deux semaines plus tard, alors que les commerces étaient fermés depuis une semaine complète, les ventes de CD sont descendues à 4 000 unités. Le recul des ventes a ainsi été de 87 % en trois semaines. Il aura fallu attendre le mois de novembre et la croissance des ventes associées au temps des fêtes pour voir les ventes de CD atteindre une moyenne hebdomadaire de 30 000 unités

par semaine, soit le même nombre enregistré au début de l'année, avant la pandémie (figure 2). Les ventes de produits numériques ont quant à eux connu une baisse lors de la semaine ayant débuté le 13 mars, mais dès la semaine suivante, les ventes d'albums et de pistes numériques étaient revenues à la normale. Les ventes d'albums numériques ont même connu une légère hausse durant quelques semaines.

L'effet de la pandémie sur le nombre d'écoutes a été de courte durée. Au début de la pandémie, le nombre d'écoutes hebdomadaires sur les services de musique en continu au Canada est passé de 1 679 M à 1 504 en deux semaines. Le nombre d'écoutes a ensuite recommencé à croître pour revenir au niveau d'avant la pandémie en une dizaine de semaines. L'hypothèse avancée pour expliquer une partie de la baisse temporaire est que le changement d'habitudes causé par la pandémie, par exemple la croissance soudaine du recours au télétravail, a fait diminuer le temps dans les transports, un moment privilégié pour écouter de la musique. Par la suite, le retour progressif sur les lieux de travail d'une partie de la population, associé à une tendance à la hausse de l'écoute observée

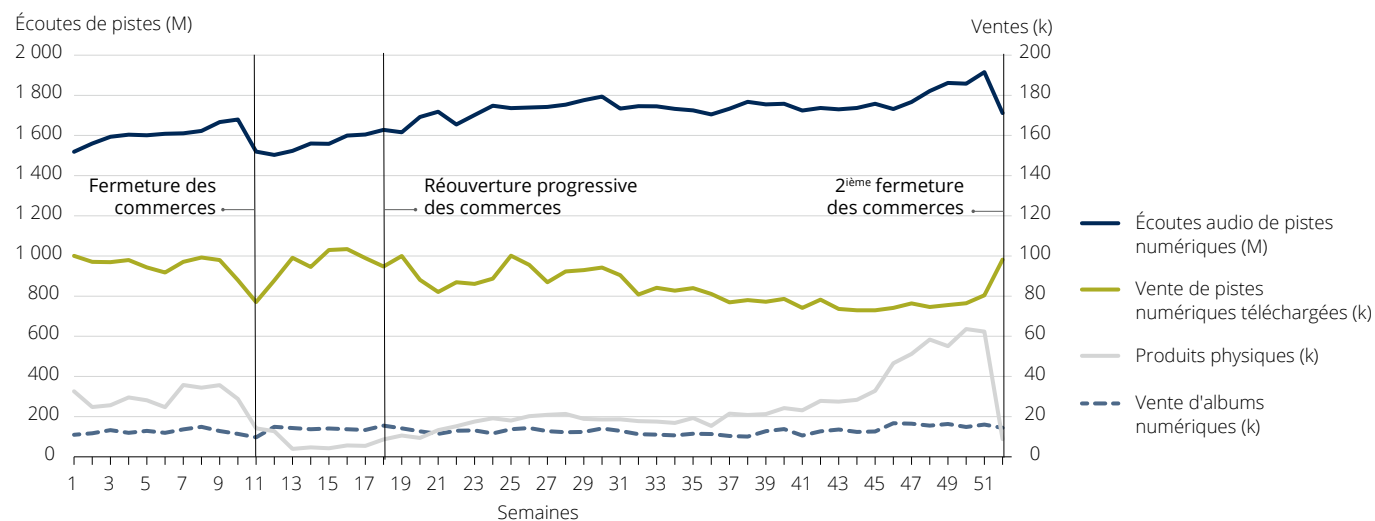
depuis quelques années, a permis d'effacer rapidement le recul survenu au début de la pandémie.

Ancienneté des titres consommés

Les données sur la consommation musicale permettent de faire une répartition selon deux catégories de date de mise en marché des enregistrements, soit ceux sortis depuis 18 mois ou moins (les nouveautés) et ceux sortis il y a plus de 18 mois (regroupés sous le terme « catalogue »). La comparaison entre les différents types de produits permet de constater, année après année, que la part des nouveautés est au plus haut pour les albums physiques et au plus bas pour les pistes numériques. Ainsi, l'achat d'un CD serait plus souvent 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 les pistes musicales, la part de l'écoute des pistes récentes sur les services d'écoutes en continu est, chaque année, légèrement plus élevée que la part des pistes récentes dans les ventes de pistes, mais plus faible que la part des nouveautés pour les ventes de CD et celle des ventes d'albums numériques.

Figure 2

Ventes d'enregistrements sonores selon le produit au Québec et écoutes sur les services de musique en continu au Canada, données hebdomadaires, 2020



Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Tableau 3

Parts des ventes d'enregistrements audio et de l'écoute de musique en continu des nouveaux produits¹, Québec, 2017 à 2020

	2017	2018	2019	2020
	%			
Ensemble des albums				
Albums sur support physique ²	53,2	50,8	54,1	44,3
Albums numériques	50,2	46,7	45,6	41,1
Pistes numériques téléchargées	45,6	41,3	38,8	35,9
Pistes écoutées sur les services de musique en continu (Canada)	47,2	44,8	40,0	37,9

1. Produits diffusés il y a moins de 18 mois.

2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Ce constat est en phase avec la nature du service de musique en continu, qui est utilisé par le consommateur à la fois pour écouter les plus récents enregistrements, mais aussi les classiques des années passées (tableau 3). Un autre constat est que, sur cinq ans, la part des nouveaux produits dans la consommation est en baisse pour toutes les catégories. De 2017 à 2020, elle est passée de 53 % à 44 % pour le CD et de 47 % à 38 % pour l'écoute de pistes sur les services de musique en continu. À noter que la part des CD dans les ventes de nouveaux produits est passée de 54 % en 2019 à 44 % en 2020. Une hypothèse à vérifier est que le report de plusieurs albums en raison de la pandémie pourrait expliquer cette baisse significative de la place des nouveaux produits dans les ventes en 2020.

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 des ventes que de quelques dizaines d'exemplaires. 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.

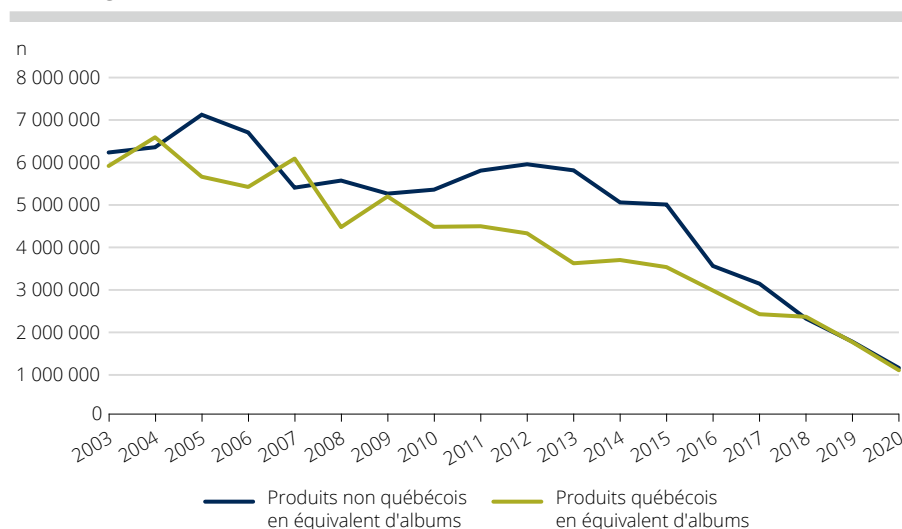
D'emblée, on constate que le niveau de concentration n'est pas le même selon le type de produit musical. La taille de l'offre et la quantité de produits offerts influent sur

le niveau de concentration. C'est ce qui explique, en partie, pourquoi les 500 albums sur support physique les plus vendus représentent 49 % de l'ensemble des ventes de ce produit en 2020, alors que pour les 500 pistes les plus écoutées, ce pourcentage n'est que de 11 %. Le nombre de titres d'albums offerts à l'achat est évidemment moins élevé que le nombre de titres de pistes disponibles sur les services de musique en continu, car les pistes proviennent

presque toujours d'albums et qu'un album compte très souvent plus d'une dizaine de pistes. Cependant, l'étendue de l'offre n'est pas le seul facteur. Par exemple, en 2020, les 500 titres les plus vendus représentent 49 % des ventes pour les CD, mais 31 % pour les albums numériques, alors que l'étendue de l'offre pour ces deux produits est similaire. Encore aujourd'hui, certains CD ne sont pas disponibles en albums numériques, mais en contrepartie, il peut arriver

Figure 3

Ventes en équivalent d'albums^{1,2} selon la provenance nationale des enregistrements audio, Québec, 2003 à 2020



1. La quantité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 500 albums sur support physique 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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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.

que la version CD d'un album numérique ne soit plus disponible en inventaire. 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 physique. Pour preuve, le poids des ventes d'albums sortis il y a plus de 18 mois est plus important pour les CD (44 %) que pour les albums numériques (41 %).

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 20 % au sein du total des ventes de pistes téléchargées, alors que les 500 pistes les plus écoutées en représentent 11 %. 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).

Depuis 2017, il y a une tendance à la baisse de la concentration des ventes et de l'écoute pour tous les produits, sauf le CD. De plus, cette baisse de la concentration touche principalement les 500 produits les plus vendus ou écoutés. Pour les produits en baisse comme les albums et les pistes numériques, la diminution de la concentration s'explique par la baisse plus rapide des ventes pour la catégorie des meilleurs vendeurs. Pour l'écoute de pistes, la baisse de la concentration s'explique par une plus forte hausse de l'écoute pour les albums situés en dehors des 10 000 pistes les plus écoutées.

Tableau 4

Répartition des ventes d'enregistrements audio et de l'écoute de musique en continu de la 1^{re} à la 10 000^e position au palmarès, Québec, 2017 à 2020

	2017	2018	2019	2020
	%			
Albums sur support physique¹				
Position 1 à 500	49,9	49,3	51,2	48,6
Position 501 à 1 000	10,9	10,3	9,9	10,7
Position 1 001 à 5 000	23,8	23,4	23,3	24,1
Position 5 001 à 10 000	7,7	7,8	7,7	7,8
Total position 1 à 10 000	92,3	90,9	92,1	91,3
Albums numériques				
Position 1 à 500	40,1	35,4	34,2	31,1
Position 501 à 1 000	10,1	9,2	7,7	7,3
Position 1 001 à 5 000	23,6	22,1	20,9	19,9
Position 5 001 à 10 000	8,9	8,8	8,8	9,2
Total position 1 à 10 000	82,7	75,5	71,6	67,6
Pistes numériques téléchargées				
Position 1 à 500	29,3	24,3	22,5	19,5
Position 501 à 1 000	7,1	7,1	6,5	6,0
Position 1 001 à 5 000	20,3	21,2	20,8	20,0
Position 5 001 à 10 000	9,0	9,6	9,6	9,6
Total position 1 à 10 000	65,6	62,3	59,4	55,1
Pistes écoutées sur les services de musique en continu (Canada)				
Position 1 à 500	17,0	14,5	12,4	11,1
Position 501 à 1 000	6,3	6,1	5,5	5,2
Position 1 001 à 5 000	20,3	20,0	19,2	18,9
Position 5 001 à 10 000	10,2	10,1	10,0	10,0
Total position 1 à 10 000	53,7	50,8	47,2	45,1

1. Comprenant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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

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 québécois 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. Depuis quelques années, c'est au tour des ventes de produits numériques d'être 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 services de musique en continu. Cependant, pour le moment, aucune donnée n'est disponible concernant la part québécoise dans ces services, du moins sur le territoire québécois.

Tableau 5

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹ selon le type de support, Québec, 2018 à 2020

	2018	2019	2020
	%		
Dimension artistique²			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	44,0	46,8	47,4
Ensemble des albums	48,5	53,6	54,5
Albums sur support physique ⁴	51,0	53,2	52,7
Albums numériques	43,8	47,6	53,5
Pistes numériques téléchargées	10,6	13,7	16,8
Dimension industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	47,7	42,8	45,2
Ensemble des albums	52,9	48,9	51,9
Albums sur support physique ⁴	57,4	49,0	50,4
Albums numériques	41,7	41,9	50,6
Pistes numériques téléchargées	11,1	13,1	16,5
Dimensions artistique² ET industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	41,2	39,8	43,8
Ensemble des albums	45,7	45,2	50,3
Albums sur support physique ⁴	47,8	44,6	48,1
Albums numériques	40,8	41,5	49,9
Pistes numériques téléchargées	10,1	12,8	16,4
Dimensions artistique² OU industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	50,5	49,9	48,8
Ensemble des albums	55,8	57,3	56,0
Albums sur support physique ⁴	60,5	57,7	54,9
Albums numériques	44,7	48,0	54,2
Pistes numériques téléchargées	11,5	14,0	17,0

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, 13 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 Music / MRC Data. 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.

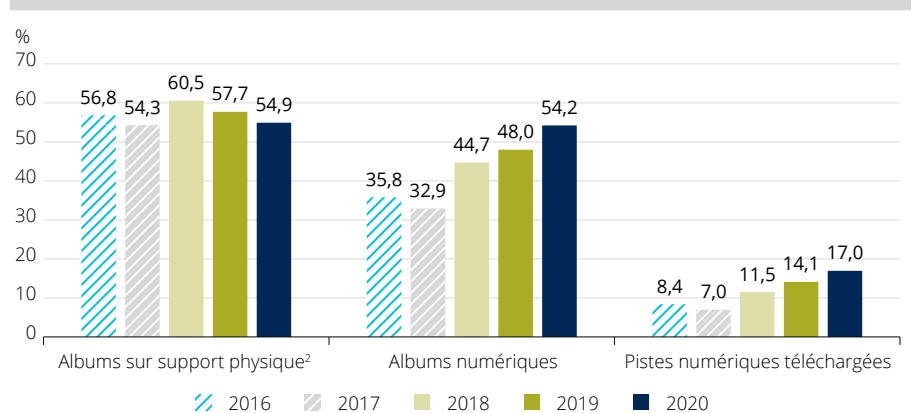
En 2020, la part de marché des produits québécois¹² dans les ventes d'enregistrements audio est à 49 %, en légère baisse par rapport à 2018 (51 %) et 2019 (50 %). En connaissant la part de marché détenue par les produits québécois, il est possible d'estimer, avec une relative précision, le nombre d'unités de produits québécois vendues, que ce soit pour les CD, les albums numériques, les pistes numériques ou l'ensemble des enregistrements audio¹³. On constate ainsi qu'en 2020, les ventes d'enregistrements audio québécois (1,109 M) sont pratiquement identiques à celles des enregistrements non québécois (1,161 M). Par rapport à 2019, les ventes de produits québécois ont baissé de 37 % et celles des produits non québécois de 35 %. En ce qui concerne les types de produits, on constate que les albums physiques québécois ont davantage diminué que les non québécois (- 48 % et - 42 %), mais que c'est le contraire qui s'observe pour les albums numériques (- 5 % et - 26 %) et les pistes numériques (- 7 % et - 26 %).

Depuis dix ans, les ventes de produits audio québécois ont été majoritaires à une seule reprise, en 2018 (figure 3). En 2015, avec 3,5 M d'unités vendues, les produits québécois occupaient 41 % du marché. Cinq ans plus tard, la part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio est de 49 % même si le nombre d'unités vendues n'atteint plus désormais que 1,1 M.

Après un sommet à 61 % en 2018, la part des produits québécois dans les ventes de CD recule pour une deuxième année, à 55 % en 2020 (58 % en 2019). Depuis 10 ans, la part des CD québécois a été sous les 50 % à une seule reprise, dans un contexte de baisse globale des ventes. Sur cinq ans, la baisse des ventes de CD québécois est estimée à 76 % et celle de CD non québécois,

Figure 4

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2016 à 2020



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 Music / MRC Data. 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.

à 79 %. L'hypothèse est que l'arrivée des produits numériques a d'abord contribué à faire diminuer plus fortement les ventes de CD non québécois. Cependant, durant trois des quatre dernières années, ce sont les CD québécois qui connaissent les baisses les plus importantes au moment où les produits numériques québécois performant mieux que les produits non québécois, dans un marché qui demeure en contraction.

Parmi les ventes d'albums numériques, la part des produits québécois se situe à 54 % en 2020, en hausse pour une troisième année, pour des ventes estimées à 370 000 unités. Cette hausse s'explique par le fait que les ventes d'albums numériques québécois ont moins baissé (- 5 %) que les ventes d'albums non québécois (- 26 %) en 2020. La part québécoise est ainsi passée de 33 % en 2017 à 45 % en 2018, 48 % en 2019 et 54 % en 2020.

La part des produits québécois dans les ventes de pistes numériques, soit 17 % en 2020, est en hausse pour une troisième année (7 % en 2017, 12 % en 2018 et 14 % en 2019). Cette hausse s'explique par la décroissance des ventes de pistes québécoises en 2020 (- 7 %), inférieure à celle des pistes non québécoises (- 26 %). La présence de seulement 87 pistes québécoises parmi les 500 pistes les plus vendues en 2020 rappelle la place marginale des produits québécois pour ce format malgré la croissance des dernières années (figure 4). En somme, la part des produits québécois dans le marché du numérique est de 41 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 55 % dans le marché du CD (figure 5). Il y a dix ans, ces parts étaient respectivement de 22 % et de 50 %.

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

13. 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.

Tableau 6

Part des produits québécois parmi les ventes d'albums^{1,2}, Québec, 2011 à 2020

Année	Dimension artistique ³	Dimension industrielle ⁴	Dimensions artistique ³ ET industrielle ⁴	
			%	
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
2020	54,5	51,9	50,3	56,0

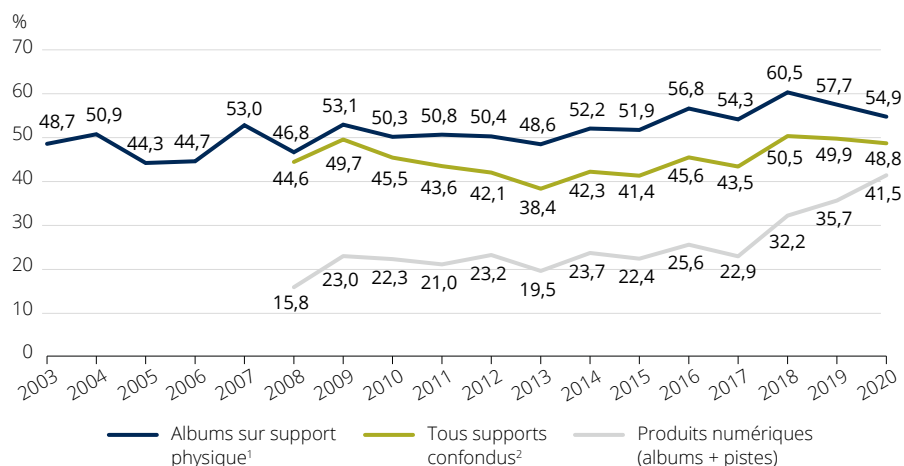
1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Comprenant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, 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 Music / MRC Data. 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.

Figure 5

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2020



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

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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.

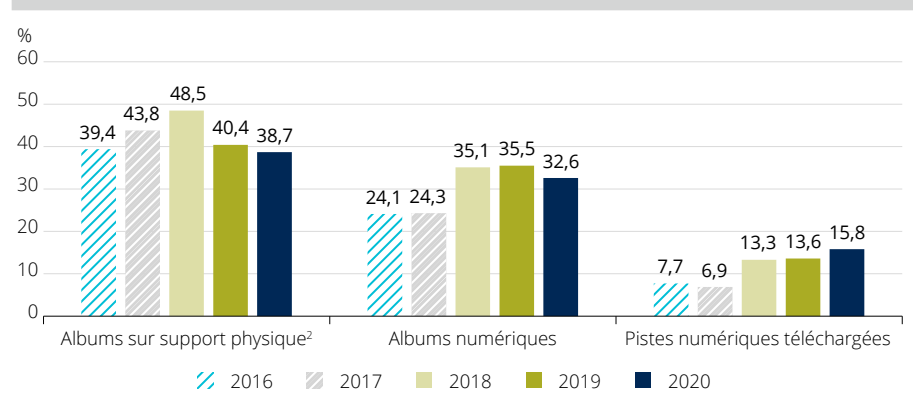
La part des produits en français en baisse

En 2020, la part des produits en français dans les ventes d'enregistrements audio se situe à 33 % pour l'ensemble des supports, en baisse pour une deuxième année (41 % en 2018 et 36 % en 2019). Ce résultat est inférieur à la moyenne des cinq dernières années (35 %). Cette baisse s'explique par un recul plus important des produits en français (-41 %) que des produits en anglais (-38 %) ou dans une autre langue (-2 %) (figure 7).

En 2020, la part des produits en français dans les ventes de CD se situe à 39 %, en baisse par rapport à 2019 (40 %), en raison de la forte baisse des ventes de CD en français (-48 %) comparativement à la baisse des ventes de CD dans une autre langue que l'anglais ou le français (-20 %). 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 et 2018, pour ensuite redescendre (figure 7). La part des produits en français en 2020 est de 33 % pour les albums numériques et de 16 % pour les pistes numériques (figure 6). Globalement, pour l'ensemble des produits numériques, la part des produits en français est de 27 %, un résultat stable depuis trois ans (figure 7).

Figure 6

Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2016 à 2020



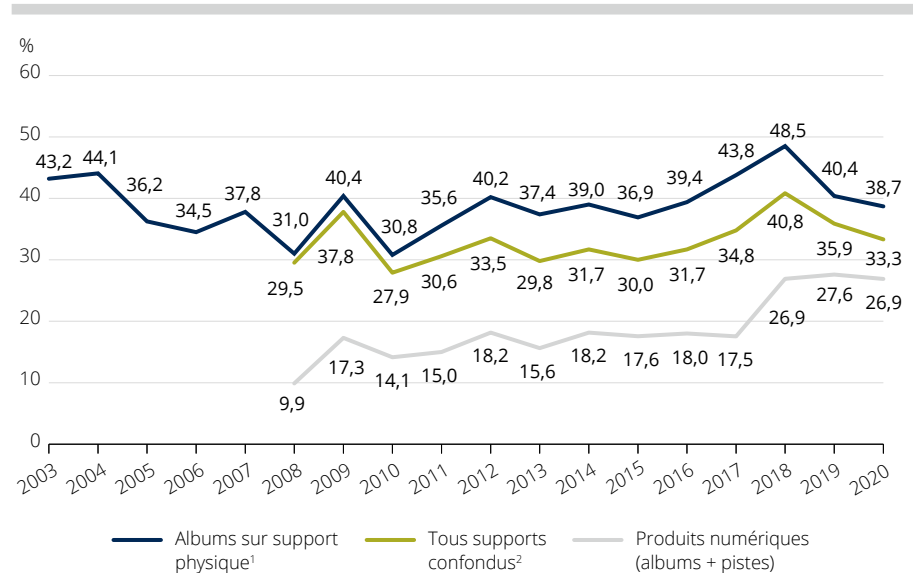
1. La part des ventes détenue par les enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen Music / MRC Data. 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.

Figure 7

Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2020



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

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

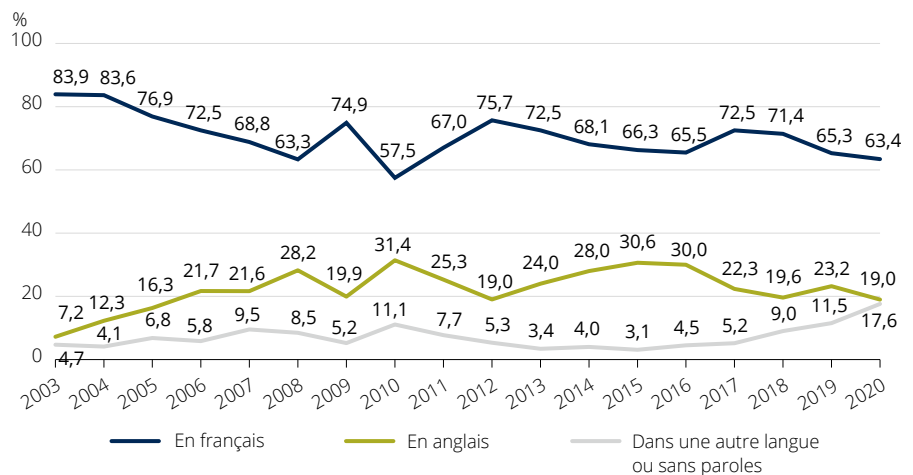
Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture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

Marché de l'album québécois selon la langue

La part des albums en français dans les ventes d'albums québécois se situe à 63 % en 2020, en recul par rapport à 2019 (65 %), 2018 (71 %) et 2017 (73 %) et le plus faible résultat depuis 2010 (58 %). Sur cinq ans, cette part se situe à 68 %. La part des albums en anglais dans les ventes d'albums québécois est de 19 %, le plus faible résultat depuis 2012 et celle des albums dans une autre langue ou sans paroles est de 18 %, un nouveau sommet (figure 8).

Figure 8

Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2020



Source : Nielsen Music / MRC Data. 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, 2018 à 2020

	Support physique ²			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus ³		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
	%											
Enregistrements audio québécois⁴												
En français	43,3	37,1	36,1	31,1	32,9	31,0	9,9	11,6	14,3	36,1	32,8	31,2
En anglais	11,6	14,0	10,2	9,9	9,0	12,1	1,7	2,2	2,5	9,9	11,3	9,6
Dans une autre langue ou sans paroles	5,6	6,6	8,6	3,7	6,1	11,1	–	0,2	0,1	4,4	5,7	8,1
Enregistrements audio non québécois												
En français	5,2	3,4	2,6	4,0	2,6	1,6	3,5	2,0	1,5	4,7	3,0	2,1
En anglais	32,5	37,4	39,0	49,5	47,1	40,3	79,6	78,2	74,3	42,6	44,8	44,9
Dans une autre langue ou sans paroles	1,8	1,6	3,5	1,8	2,3	3,9	5,4	5,8	7,2	2,3	2,3	4,2
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. Excluant les disques monopages.
4. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen Music / MRC Data. 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.

Tableau 8

Répartition des ventes d'albums¹ selon la provenance nationale et la langue d'enregistrement², Québec, 2011 à 2020

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	%									
Albums québécois³										
En français	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7	34,6	36,8	39,8	37,4	35,6
En anglais	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7	15,9	11,3	10,9	13,3	10,6
Dans une autre langue ou sans paroles	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5	2,4	2,6	5,0	6,6	9,9
Albums non québécois										
En français	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0	1,6	3,6	4,7	3,2	2,4
En anglais	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8	45,2	44,4	38,1	37,8	38,5
Dans une autre langue ou sans paroles	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3	0,5	1,3	1,4	1,7	3,2
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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

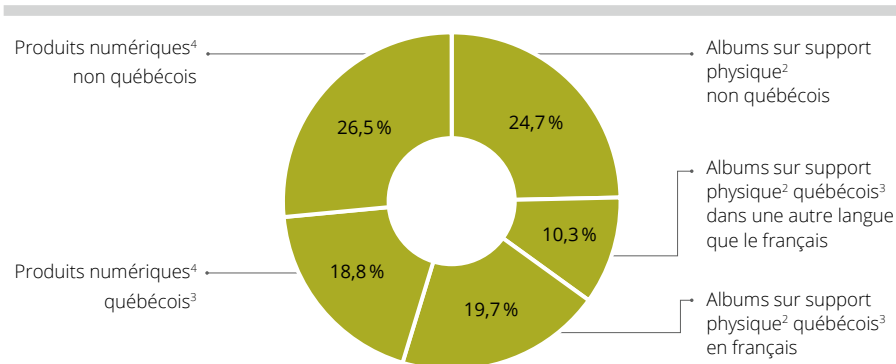
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

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 selon le format (album ou piste), le support (physique ou numérique), la provenance (québécoise ou non québécoise) et la langue (française, anglaise ou autre) (figure 9).

Figure 9

Répartition des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums¹ selon le type de support, la provenance nationale et la langue, Québec, 2020



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 Music / MRC Data. 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.



Photo : Haroldguevara / Shutterstock.com

Les ventes d'enregistrements audio diminuent de 1 300 000 unités de 2019 à 2020, et cette baisse se détaille ainsi :

Produits québécois

- CD en français : – 400 000 unités (– 47 %)
- CD en anglais : – 195 000 unités (– 60 %)
- Albums numériques francophones : – 55 000 unités (– 21 %)
- Albums numériques anglophones : + 10 000 unités (+ 13 %)
- Pistes numériques en équivalent d'album : – 5 000 unités (– 7 %)

Produits non québécois

- CD en français : – 45 000 unités (– 58 %)
- CD en anglais : – 370 000 unités (– 43 %)
- Albums numériques francophones : – 10 000 unités (– 49 %)
- Albums numériques anglophones : – 110 000 unités (– 28 %)
- Pistes numériques en équivalent d'album : – 100 000 unités (– 26 %)

Ce détail illustre l'effet du recul des ventes de CD québécois en français (– 400 000 unités) et des CD non québécois en anglais (– 370 000 unités) sur le portrait général. Le recul des ventes des CD québécois en français explique en bonne partie la baisse des parts de marché pour les CD québécois et les CD francophones.

L'écoute de musique en continu au Canada selon la provenance et la langue

Comme indiqué précédemment, les données d'écoute sur les services de musique en continu au Canada étant disponibles seulement pour l'ensemble du pays, il n'est donc pas possible d'isoler l'écoute des consommateurs québécois. Dans ces conditions, il a été décidé d'analyser l'écoute générée par les interprètes québécois dans l'ensemble de l'écoute au Canada.

L'écoute sur les services de musique en continu est en croissance ces dernières années, ce qui se reflète dans l'analyse des 10 000 pistes les plus écoutées. En 2016, deux pistes québécoises ont obtenu 2 M d'écoutes et en 2020, ce nombre est maintenant de 52. Parmi les 10 000 pistes les plus écoutées au Canada en 2020, ces pistes comptant pour plus ou moins la moitié de l'écoute dans une année, 131 sont des pistes avec au moins un interprète québécois. De ce nombre, 70 sont en français, 49 en anglais et 12 dans une autre langue ou sans paroles langue. Depuis 2015, le nombre de pistes québécoises reste stable, mais la proportion de pistes francophones tend à augmenter (44 en 2015 et 70 en 2020) (tableau 9).

Le palmarès des 10 000 interprètes, et non pas des pistes, avec le plus d'écoutes au Canada permet d'avoir accès à un peu plus de 80 % de l'écoute totale durant une année, ce qui en fait un bon indicateur de la place des interprètes québécois dans

l'ensemble du marché de l'écoute sur les services de musique en continu au Canada. De 2015 à 2020, l'écoute estimée des interprètes québécois est passée de 155 M à 1 786 M, pour une part de l'écoute autour de 2 % en moyenne. Cette part de l'écoute des interprètes québécois est calculée à partir de l'écoute totale pour l'ensemble du Canada. Les dix interprètes québécois les plus écoutés ont généré 19 % du total de l'écoute des interprètes québécois en 2020. Ce niveau de concentration est moins élevé que pour les ventes de CD (10 interprètes québécois concentrent 24 % des ventes des CD québécois) et les ventes de pistes numériques (24 %) (tableau 10).

Afin de pouvoir mesurer le poids du français, les interprètes ont été classés en trois catégories : français, anglais et autre langue ou sans paroles. La langue d'un interprète a été déterminée à partir de la principale langue de ses pistes comptant le plus d'écoutes. De 2015 à 2020, la part de l'écoute des interprètes francophones est passée de 55 % à 65 %. Malgré cette hausse, le nombre d'interprètes francophones parmi les 10 000 plus écoutés est passé de 244 à 198 et celui des interprètes anglophones de 99 à 70. Globalement, le nombre d'interprètes québécois parmi les 10 000 interprètes avec le plus d'écoutes est en baisse de 2015 à 2020.



Photo : Rawpixel.com / Shutterstock.com

Tableau 9

Présence des interprètes québécois parmi les 10 000 pistes les plus écoutées sur les services d'écoute de musique audio en continu au Canada¹, 2015 à 2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	n					
Pistes québécoises avec 2 M d'écoutes	-	2	3	17	45	52
Pistes québécoise dans le Top 10 000 selon la langue						
Français	44	30	34	63	87	70
Anglais	103	96	87	56	51	49
Autre langue ou sans paroles	1	1	-	1	9	12
Total	148	127	121	120	147	131
Meilleure position (rang) pour une piste québécoise selon la langue						
Français	412	2 259	4 097	435	813	598
Anglais	1 308	831	1 046	1 074	1 458	2 069
Autre langue ou sans paroles	9 812	7 771	..	7 994	3 064	2 468

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Tableau 10

Présence des interprètes québécois parmi les 10 000 interprètes les plus écoutés sur les services d'écoute de musique audio en continu au Canada¹, 2015 à 2020

	Unité	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Interprètes québécois avec 5 M d'écoutes	n	2	9	27	43	53	68
Estimation de l'écoute des interprètes québécois	M	154,8	442,4	744,5	1 180,9	1 611,5	1 785,7
Poids de l'écoute des interprètes québécois dans l'écoute totale au Canada	%	2,1	1,9	1,9	2,0	2,1	2,0
Estimation de l'écoute des interprètes québécois selon la principale langue des pistes les plus écoutées							
Français	M	84,5	224,4	392,0	723,0	1 055,7	1 152,5
Anglais	M	65,7	207,2	337,2	422,9	498,0	545,0
Autre langue ou sans paroles	M	4,6	10,7	15,3	35,0	57,8	88,1
Part de l'écoute en français	%	54,6	50,7	52,6	61,2	65,5	64,5
Interprètes québécois dans le Top 10 000 selon la principale langue des pistes les plus écoutées							
Français	n	244	225	212	219	216	198
Anglais	n	99	115	100	102	86	70
Autre langue ou sans langue	n	22	17	15	19	12	14
Total	n	365	357	327	340	314	282
Meilleure position (rang) d'un interprète québécois selon la principale langue de ses pistes les plus écoutées							
Français	n	215	437	393	410	330	223
Anglais	n	235	179	205	198	135	159
Autre langue ou sans paroles	n	1 738	2 493	2 877	1 280	580	368

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Les palmarès de vente

Voici quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2020. 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 2020, sur les 20 albums les plus vendus, 13 titres sont québécois (17 en 2019) et 10 titres sont en français (12 en 2019). À noter que cette année, l'album le plus vendu, *Inscape*, d'Alexandra Stréliski, est un album instrumental qui occupait la deuxième position au palmarès l'an passé (tableau 11).

Tableau 11

Liste des albums les plus vendus^{1,2}, Québec, 2020

Rang	Titre ³	Artiste ²	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
2	À tous les vents	2Frères	Français	Québec	Québec
3	Acrophobie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
4	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
5	Nostalgia	Marc Hervieux	Anglais	Québec	Québec
6	Chansons hivernales	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
7	Pianoscope	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
8	Le party beauceron	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
9	Power Up	Ac/Dc	Anglais	Autre	Autre
10	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
11	After Hours	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
12	2	Ludovick Bourgeois	Français	Québec	Québec
13	folklore	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
14	Dysphorie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
15	Quand la nuit tombe	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
16	Changes	Justin Bieber	Anglais	Autre	Autre
17	À l'aube revenant	Francis Cabrel	Français	Autre	Autre
18	Music to Be Murdered By	Eminem	Anglais	Autre	Autre
19	Map of the Soul : 7	BTS	Autre	Autre	Autre
20	Noël à trois	Manon Séguin & Christian Marc Gendron	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 : statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

3. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen Music / MRC Data. 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 2020, 14 sont en français (13 en 2019), 3 sont en anglais (4 en 2019) et 3 sont dans une autre langue (3 en 2019). Cette année, deux artistes, Alexandra Stréliski et Roxane Bruneau, se retrouvent avec deux de leurs albums dans le palmarès (tableau 12).

Palmarès des albums numériques

Parmi les 10 albums numériques les plus vendus au Québec en 2020, 8 sont québécois et 4 sont en français, un portrait identique à 2019. Le nombre d'albums numériques québécois est de 218 parmi les 500 albums les plus vendus (184 albums québécois en 2019) (tableau 13).

Tableau 12

Liste des albums québécois les plus vendus^{1,2}, Québec, 2020

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
2	2	À tous les vents	2Frères	Français	Québec	Québec
3	3	Acrophobie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
4	4	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
5	5	Nostalgie	Marc Hervieux	Anglais	Québec	Québec
6	6	Chansons hivernales	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
7	7	Pianoscope	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
8	8	Le party beauceron	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
9	10	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
10	12	2	Ludovick Bourgeois	Français	Québec	Québec
11	14	Dysphorie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
12	15	Quand la nuit tombe	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
13	20	Noël à trois	Manon Séguin & Christian Marc Gendron	Français	Québec	Québec
14	21	Travelling	Daniel Bélanger	Autre	Québec	Québec
15	24	Dire combien je t'aime	Luce Dufault	Français	Québec	Québec
16	27	Weird Ones	Matt Holubowski	Anglais	Québec	Québec
17	28	Live au Pas Perdu	Salebarbes	Français	Québec	Québec
18	29	Country	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec
19	32	Harmonium XLV : 45 ^e anniversaire	Harmonium	Français	Québec	Autre
20	33	En attendant Noël	Isabelle Boulay	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 : statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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

Tableau 13

Liste des albums numériques les plus vendus¹, Québec, 2020

Rang	Titre ²	Artiste ²	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
2	folklore	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
3	À tous les vents	2Frères	Français	Québec	Québec
4	Les Antipodes	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
5	Quand la nuit tombe	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
6	Music to Be Murdered By	Eminem	Anglais	Autre	Autre
7	Acrophobie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
8	Wave	Patrick Watson	Anglais	Québec	Québec
9	Take Me to Your Leader	Cubby V	Anglais	Québec	Québec
10	Pianoscope	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec

1. Un palmarès des 20 albums numériques les plus vendus peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ : statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen Music / MRC Data. 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 (deux pistes des Cowboys Fringants à la 2^e et 9^e place) illustre, année après année, la faiblesse des ventes de musique québécoise dans ce format. Au palmarès des 500 pistes les plus vendues, 87 pistes sont québécoises (76 en 2018), un nouveau sommet, mais un résultat largement en deçà du nombre de produits québécois parmi les 500 CD (208) ou les 500 albums numériques (218) les plus vendus (tableau 14).



Les Cowboys Fringants / Photo : Melanie Lemahieu (Shutterstock.com)

Tableau 14

Liste des pistes numériques les plus vendues¹, Québec, 2020

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Dance Monkey	Tones And I	Anglais	Autre	Autre
2	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
3	Blinding Lights	The Weeknd	Anglais	Autre	Autre
4	Savage Love (Laxed - Siren Beat)	Jawsh 685, Jason Derulo & BTS	Anglais	Autre	Autre
5	Roses	SAINt JHN	Anglais	Autre	Autre
6	Before You Go	Lewis Capaldi	Anglais	Autre	Autre
7	Breaking Me	Topic & A7S	Anglais	Autre	Autre
8	Mamacita	Black Eyed Peas, Ozuna & J. Rey Soul	Autre	Autre	Autre
9	Sur mon épaule	Les Cowboys Fringants	Français	Québec	Québec
10	Memories	Maroon 5	Anglais	Autre	Autre

1. Un palmarès des 20 pistes les plus vendues peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ : statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

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

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. Malgré cette situation, 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, 12 sont en français (9 en 2019) et 6 en anglais (dont 3 interprétées par Céline Dion), malgré l'avantage dont bénéficient les pistes en anglais, en raison de l'importance de cette langue dans le reste du Canada. On remarque aussi que le nombre de pistes du genre pop est passé de 8 en 2019 à 10 en 2020 et celui du genre hip-hop / rap de 7 à 5 (tableau 15).



Charlotte Cardin / Photo : Melanie Lemahieu (Shutterstock.com)

Tableau 15

Palmarès des pistes d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu au Canada¹, 2020

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Genre
1	598	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Français	Rock
2	999	Ciel	Fouki	Français	Hip-hop / Rap
3	2 069	My Heart Will Go On	Céline Dion	Anglais	Pop
4	2 128	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Français	Pop
5	2 461	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Hip-hop / Rap
6	2 468	Plus tôt	Alexandra Stréliski	Autre	Musique actuelle et contemporaine
7	2 605	Because You Loved Me	Céline Dion	Anglais	Pop
8	2 681	À L'aise	Enima	Français	Hip-hop / Rap
9	2 738	I'm Just A Kid	Simple Plan	Anglais	Rock
10	3 344	Des p'tits bouts de toi	Roxane Bruneau	Français	Pop
11	3 497	Sur mon épaule	Les Cowboys Fringants	Français	Pop
12	3 820	It's All Coming Back To Me Now	Céline Dion	Anglais	Pop
13	3 987	Keeping Me Alive	Jonathan Roy	Anglais	Pop
14	3 991	Les étoiles filantes	Les Cowboys Fringants	Français	Rock
15	4 047	Passive aggressive	Charlotte Cardin	Français	Pop
16	4 249	Going Up The Coast	Clay & Friends	Anglais	Hip-hop / Rap
17	4 255	Aime-moi encore	Roxane Bruneau	Français	Pop
18	4 348	Gayé	Fouki	Français	Hip-hop / Rap
19	4 480	Marine marchande	Les Cowboys Fringants	Français	Pop
20	4 576	Changing Winds	Alexandra Stréliski	Autre	Musique actuelle et contemporaine

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Le palmarès des pistes d'interprètes québécois les plus écoutés depuis 2015, soit depuis que les premières données sont disponibles, montre la popularité de Céline Dion sur le marché, particulièrement les

premières années. Un total de cinq de ses interprétations en anglais se retrouve dans le palmarès. La piste francophone la plus écoutée au Canada depuis 2015 est *Toutes les femmes savent danser*, de Loud, dont

cinq pistes sont présentes dans ce palmarès. La piste *L'Amérique pleure*, des Cowboys Fringants, sortie à l'automne 2019, réussit tout de même à se classer au troisième rang du palmarès (tableau 16).

Tableau 16

Palmarès des pistes d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu, au Canada¹, 2015 à 2020

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Genre
1	1 331	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Hip-hop / Rap
2	2 000	My Heart Will Go On	Céline Dion	Anglais	Pop
3	2 777	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Français	Rock
4	2 826	Because You Loved Me	Céline Dion	Anglais	Pop
5	2 948	Main Girl	Charlotte Cardin	Anglais	Pop
6	3 250	Ashes	Céline Dion	Anglais	Pop
7	3 577	Everything Now	Arcade Fire	Anglais	Rock
8	3 717	I'm Just A Kid	Simple Plan	Anglais	Rock
9	3 769	Nouveaux riches	Loud	Français	Hip-hop / Rap
10	3 993	It's All Coming Back To Me Now	Céline Dion	Anglais	Pop
11	4 173	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Français	Pop
12	4 178	Gayé	Fouki	Français	Hip-hop / Rap
13	4 354	Everything In My Heart	Corey Hart	Anglais	Pop
14	4 496	Plus tôt	Alexandra Stréliski	Autre	Musique actuelle et contemporaine
15	4 531	The Power Of Love	Céline Dion	Anglais	Pop
16	4 622	Safety Dance	Men Without Hats	Anglais	Pop
17	4 625	Devenir immortel (et puis mourir)	Loud	Français	Hip-hop / Rap
18	4 677	Wake Up	Arcade Fire	Anglais	Rock
19	4 717	Sometimes, All The Times	Loud	Anglais	Hip-hop / Rap
20	4 738	Fallait y aller	Loud	Français	Hip-hop / Rap

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.



Arcade Fire / Photo : Ben Houdijk (Shutterstock.com)

Le même type de palmarès cumulatif de 2015 à 2020, mais avec seulement les pistes francophones, est intéressant à examiner parce qu'on peut faire l'hypothèse que l'écoute provient principalement de la population québécoise, ce qui permet d'avoir une bonne idée de l'écoute de cette catégorie de musique au Québec. D'emblée, on constate l'importance du genre hip-hop /rap dans la consommation de l'écoute de musique, ce genre occupant six des dix premières positions, quatre de Loud et deux de Fouki.

Sur les 20 pistes dans le palmarès, une est sortie en 2020, deux en 2019, dix de 2016 à 2018, trois de 2000 à 2009 et quatre dans les années 1990. Les données sur l'écoute permettent de constater, encore plus qu'avec les données sur les ventes, que certaines chansons, même 20 ans après leur sortie, continuent d'être consommées par les Québécois (tableau 17).

Outre la performance des pistes d'interprètes québécois, il est aussi intéressant de regarder quels interprètes sont les plus écoutés quand on fait la somme de leurs pistes. Sans surprise, dans l'ensemble du Canada, Céline Dion est l'interprète québécois la plus écoutée en 2020, se classant à la 159^e position de l'ensemble des interprètes. Parmi les 20 interprètes québécois les plus écoutés, dix ont des succès musicaux principalement en français.

Tableau 17

Palmarès des pistes francophones d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu, au Canada¹, 2015 à 2020

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Genre
1	1 331	Toutes les femmes savent danser	Loud	Hip-hop / Rap
2	2 777	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Rock
3	3 769	Nouveaux riches	Loud	Hip-hop / Rap
4	4 173	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Pop
5	4 178	Gayé	Fouki	Hip-hop / Rap
6	4 625	Devenir immortel (et puis mourir)	Loud	Hip-hop / Rap
7	4 738	Fallait y aller	Loud	Hip-hop / Rap
8	4 834	On va s'aimer encore	Vincent Vallières	Pop
9	4 943	Ciel	Fouki	Hip-hop / Rap
10	4 977	Embarque ma belle	Kain	Folk
11	5 213	Des p'tits bouts de toi	Roxane Bruneau	Pop
12	5 375	Ça va	Émile Bilodeau	Pop
13	5 744	Cinq à sept	Koriass	Hip-hop / Rap
14	5 834	Tassez-vous de d'là	Les Colocs	Rock
15	6 003	Fafile	Charlotte Cardin	Pop
16	6 095	J'en ai plein mon cass	Émile Bilodeau	Pop
17	6 104	Pour que tu m'aimes encore	Céline Dion	Pop
18	6 143	I Lost My Baby	Jean Leloup	Folk
19	6 219	Les étoiles filantes	Les Cowboys Fringants	Rock
20	6 246	N'importe quoi	Éric Lapointe	Rock

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Tableau 18

Palmarès des interprètes québécois les plus écoutés sur les services d'écoute de musique en continu, au Canada¹, 2020

Rang québécois	Rang général	Artiste	Langue ²	Genre ³
1	159	Céline Dion	Anglais	Pop
2	223	Les Cowboys Fringants	Français	Rock
3	368	Alexandra Stréliski	Autre	Musique actuelle et contemporaine
4	371	Enima	Français	Hip-hop / Rap
5	372	Souldia	Français	Hip-hop / Rap
6	457	Fouki	Français	Hip-hop / Rap
7	544	Arcade Fire	Anglais	Rock
8	585	Loud	Français	Hip-hop / Rap
9	638	Half Moon Run	Anglais	Rock
10	676	Leonard Cohen	Anglais	Folk
11	681	Simple Plan	Anglais	Rock
12	706	Roxane Bruneau	Français	Pop
13	775	Kaytranada	Anglais	Urbain / électronique / dance
14	821	Patrick Watson	Anglais	Rock
15	834	Bob Bissonnette	Français	Pop
16	844	Charlotte Cardin	Anglais	Pop
17	852	Jean Leloup	Français	Rock
18	877	Cœur de pirate	Français	Pop
19	906	Grimes	Anglais	Urbain / électronique / dance
20	929	Éric Lapointe	Français	Rock

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. La langue d'un interprète est déterminée par la langue de ses pistes les plus écoutées.

3. Le genre musical d'un interprète est déterminé par le genre de ses pistes les plus écoutées.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Pour compléter le portrait sur les interprètes québécois, nous avons aussi produit le palmarès des 20 interprètes québécois les plus écoutés au Canada depuis 2015. Sur les 20 interprètes, 19 sont aussi présents dans le palmarès de 2020, signe d'une certaine stabilité, mais aussi de la croissance de l'écoute et du poids de 2020 par rapport aux autres années.

Pour terminer, le tableau 20 présente quatre palmarès, soit les dix interprètes avec le plus de ventes au Québec selon le support (albums physiques, albums numériques, pistes numériques) et les dix interprètes ayant le plus d'écoutes au Canada, afin de voir quels interprètes performant dans tous les types de consommation musicale et lesquels se distinguent dans un type particulièrement. Seulement un interprète, le groupe Les Cowboys Fringants, est présent dans les quatre palmarès, occupant l'une des quatre premières places dans



Souldia / Photo : Ilaria Vecchi (Shutterstock.com)

chacun des palmarès. Cinq interprètes, soit Alexandra Stréliski, Roxane Bruneau, 2Frères, Céline Dion et Leonard Cohen, sont présents dans trois palmarès sur quatre. À noter que parmi les dix interprètes

québécois les plus écoutés sur les services de musique en continu, cinq ne se retrouvent dans aucun des trois palmarès des ventes : Enima, Souldia, Fouki, Arcade Fire et Loud (tableau 20).

Tableau 19

Palmarès des interprètes québécois les plus écoutés sur les services d'écoute de musique en continu, au Canada¹, 2015 à 2020

Rang québécois	Rang général	Artiste	Langue ²	Genre ³
1	174	Céline Dion	Anglais	Pop
2	350	Arcade Fire	Anglais	Rock
3	417	Loud	Français	Hip-hop / Rap
4	443	Enima	Français	Hip-hop / Rap
5	465	Les Cowboys Fringants	Français	Pop
6	566	Souldia	Français	Hip-hop / Rap
7	593	Simple Plan	Anglais	Rock
8	595	Leonard Cohen	Anglais	Folk
9	626	Fouki	Français	Hip-hop / Rap
10	642	Half Moon Run	Anglais	Rock
11	679	Cœur de pirate	Français	Pop
12	690	Jean Leloup	Français	Rock
13	692	Charlotte Cardin	Anglais	Pop
14	735	Alexandra Stréliski	Autre	Musique actuelle et contemporaine
15	805	Koriass	Français	Hip-hop / Rap
16	821	Éric Lapointe	Français	Rock
17	917	Patrick Watson	Anglais	Rock
18	1 003	Kaytranada	Anglais	Urbain / électronique / dance
19	1 010	Grimes	Anglais	Urbain / électronique / dance
20	1 018	Bob Bissonnette	Français	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).

2. La langue d'un interprète est déterminée par la langue des pistes les plus écoutées.

3. Le genre musical d'un interprète est déterminé par le genre des pistes les plus écoutées.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Tableau 20

Palmarès des 10 interprètes québécois les plus vendus ou écoutés selon le type de produits, Québec et Canada, 2020

Rang	Québec			Canada
	Vente d'albums physiques	Ventes d'albums numériques	Ventes de pistes numériques	Écoutes ^{1,2}
1	Alexandra Stréliski	François Pérusse	Les Cowboys Fringants	Céline Dion
2	Roxane Bruneau	Alexandra Stréliski	Céline Dion	Les Cowboys Fringants
3	2Frères	Les Cowboys Fringants	Roxane Bruneau	Alexandra Stréliski
4	Les Cowboys Fringants	2Frères	2Frères	Enima
5	Céline Dion	Roxane Bruneau	Ginette Reno	Souldia
6	Leonard Cohen	Louis-Jean Cormier	Jonathan Roy	Fouki
7	Marc Hervieux	Patrick Watson	Bleu Jeans Bleu	Arcade Fire
8	Pierre Lapointe	Cubby V	Leonard Cohen	Loud
9	Maxime Landry	Half Moon Run	Cœur de pirate	Half Moon Run
10	Guyline Tanguay	Pierre Lapointe	Kain	Leonard Cohen

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 Music / MRC Data. Tous droits réservés.

Dans la collection *Optique culture*

Derniers numéros

n° 75	La fréquentation des institutions muséales en 2018 et 2019	Novembre 2020
n° 74	Les festivals et événements présentant des spectacles en arts de la scène en 2019	Octobre 2020
n° 73	Les ventes de livres numériques passant par des entreprises québécoises, de 2015 à 2019	Septembre 2020
n° 72	Les conditions socioéconomiques des artistes et des autres travailleurs des professions culturelles au Québec en 2016	Septembre 2020
n° 71	Les dépenses en culture des municipalités en 2018	Juin 2020
n° 70	Le marché québécois de la musique enregistrée en 2019	Mai 2020
n° 69	La fréquentation des cinémas en 2019	Février 2020

Signes conventionnels

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

Notice bibliographique suggérée

FORTIER, Claude (2021). « Le marché de la consommation musicale au Québec en 2020 », *Optique culture*, [En ligne], n° 76, juillet, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-25. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-76-juillet-2021-marche-consommation-musicale-quebec-2020.pdf].

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

Claude Fortier

Observatoire de la culture et des communications du Québec :

Geneviève Béliveau-Paquin, directrice par intérim
Daniel Beaulieu, technicien

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
3^e trimestre 2021
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

Photo en couverture : Les Cowboys Fringants / Photo par Melanie Lemahieu (Shutterstock.com)