

Le marché québécois de la musique enregistrée en 2021

Claude Fortier

Observatoire de la culture et des communications du Québec

Faits saillants

- Ventes de 2,0 millions d'unités d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums et pistes) en 2021, une baisse de 12 % par rapport à 2020.
- Ventes de 1,0 M de CD (- 8 % par rapport à 2020), de 0,2 M de disques vinyle (+ 26 %), de 0,5 M d'albums numériques (- 23 %) et de 3,5 M de pistes numériques (- 23 %).
- Du 15 octobre au 30 décembre 2021, l'écoute audio de musique en continu totalise 4,6 G d'écoutes au Québec.
- 51 % des CD vendus en 2021 sont disponibles depuis moins de 18 mois (1^{er} juillet 2020) alors que c'est le cas de 30 % des pistes écoutées.

Les produits québécois au sein des ventes d'enregistrements audio

- La part des interprètes québécois varie selon le type de produit :
 - 35 % pour les ventes de produits physiques (CD et disques vinyle) ;
 - 34 % pour les ventes d'albums numériques ;
 - 16 % pour les ventes de pistes numériques ;
 - 9 % pour l'écoute de pistes sur les services de musique en continu.
- La baisse des ventes de produits québécois est estimée à 7 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle), à 13 % pour les albums numériques et à 24 % pour les pistes numériques.
- La part des interprètes québécois dans les ventes d'albums sortis il y a moins de 18 mois est de 53 %.

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 consommation de musique enregistrée depuis 2002. Une attention particulière est portée aux résultats hebdomadaires de 2021 afin de mesurer l'incidence de la pandémie et des données sur l'écoute de musique en continu, disponibles pour le Québec depuis la mi-octobre 2021. On y traite d'enregistrements tant sur support physique (CD et 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 et de l'écoute selon la provenance nationale et la langue des enregistrements, ainsi que des palmarès de ventes et d'écoute.

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

- Les produits en français représentent 21 % des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums, un résultat inférieur à celui de 2020 (25 %).
- La part des produits francophones au sein des ventes varie selon le type de produit :
 - 23 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle) ;
 - 23 % pour les albums numériques ;
 - 14 % pour les pistes numériques.
- La baisse des ventes de produits francophones est estimée à 28 % pour les produits physiques (CD et disques vinyle), à 13 % pour les albums numériques et à 31 % pour les pistes numériques.
 - Parmi les ventes d'albums québécois, la part des produits en français est de 53 % (64 % en 2019).

Les palmarès en 2021

- Les albums d'interprètes québécois occupent neuf des dix premières places au palmarès des ventes.
- La piste québécoise la plus écoutée sur les services de musique en continu au Québec entre le 15 octobre et le 30 décembre 2021 est *Copilote (feat. Jay Scott)*, de FouKi.
- Enima, Charlotte Cardin et Les Cowboys fringants sont les trois interprètes québécois les plus écoutés au Québec entre le 15 octobre et le 30 décembre 2021.

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores pour le Québec sont obtenues en regroupant les résultats des ventes de 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 la provenance nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces statistiques sont produites par l'OCCQ après l'examen des 10 000 interprètes ayant enregistré le plus de ventes durant l'année. En 2021, les ventes annuelles de ces 10 000 interprètes représentent 97 % des ventes pour les produits physiques (CD et disques vinyle), 83 % pour les albums numériques, 81 % pour les pistes numériques et 77 % pour l'écoute sur les services de musique en continu.

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. Comme ces données pour le marché québécois ne sont disponibles que depuis le 15 octobre 2021, les résultats pour l'écoute sur les services de musique en continu au Québec présentés dans le présent bulletin vont porter uniquement sur cette période de l'année. Les données sur l'écoute se divisent entre l'écoute audio et l'écoute vidéo. Pour ce bulletin, nous avons fait le choix de limiter l'analyse à l'écoute audio, car les données sur l'écoute vidéo ont connu un changement majeur de méthodologie de la part d'un important service de vidéos musicales en 2020, ce qui nous empêche de comparer ces données avec celles des années précédentes.

Pandémie ou pas, la baisse des ventes se poursuit

En 2021, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums s'élevèrent à 2,0 M d'unités, en baisse de 12 %, après avoir connu une baisse de 36 % en 2020. Ces ventes se détaillent ainsi : 1,0 M de CD (- 8 %); 0,2 M de disques vinyle (+ 26 %); 0,5 M d'albums numériques (- 23 %) et 3,5 M de pistes numériques (- 23 %) (tableau 1).

L'analyse des ventes après les quatre premiers mois de 2022 indique une hausse pour le CD (+ 10 %) et pour le disque vinyle (+ 10 %) par rapport à 2021. Précisons cependant que les disquaires étaient fermés lors des six premières semaines de 2021.

Si on compare seulement les semaines où les disquaires étaient ouverts en 2021 et en 2022, les ventes de CD (- 15 %) et de disques vinyle (- 5 %) sont toujours plutôt en baisse. En 2022, la tendance à la baisse se poursuit pour les albums et les pistes numériques, avec une baisse respective de 18 % et de 16 %.

Comme les données concernant l'écoute audio sur les services de musique en continu pour le Québec sont récentes – elles remontent seulement au 15 octobre 2021 –, il n'est pas possible de comparer les données des premiers mois de 2020 avec celles des premiers mois de 2021. Cependant, le

constat est que le nombre moyen d'écoutes hebdomadaires est de 420 M pour les 11 dernières semaines de 2021 et de 417 M pour les 13 premières semaines de 2022. Il faut toutefois tenir compte du fait qu'il y a eu une hausse en décembre et un creux au début janvier, ce qui semble être un phénomène cyclique. Pour les 24 semaines où des données sont disponibles, quatre des nombres moyens d'écoutes sur les cinq plus élevés sont en 2022. Le prochain bulletin sur le sujet permettra de compléter cette analyse et de présenter les résultats sur une année complète.

Tableau 1

Nombre d'enregistrements audio vendus selon le type de produit, Québec, 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021	Variation 2021/2020
	k					%
Écoutes audio sur les services de musique en continu	4 614 874,2¹	...
Ventes d'enregistrements audio						
Ensemble des albums	4 832,9	4 066,9	3 095,5	1 919,8	1 724,6	- 10,2
Albums sur support physique	3 662,9	3 024,0	2 288,6	1 241,8	1 200,1	- 3,4
CD	3 520,1	2 843,1	2 107,5	1 085,9	1 003,0	- 7,6
Disques vinyle	142,8	180,9	181,1	155,9	197,1	26,4
Albums numériques	1 170,0	1 042,9	806,8	678,0	524,4	- 22,7
Ensemble des pistes	9 649,8	8 168,6	5 958,8
Pistes numériques téléchargées	9 640,1	8 155,9	5 946,4	4 554,3	3 484,4	- 23,5
Disques monoplages (<i>singles</i>)	9,7	12,7	12,4
Enregistrements audio en équivalent d'albums²	5 575,2	4 695,3	3 553,9	2 270,1	1 992,6	- 12,2

1. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021.

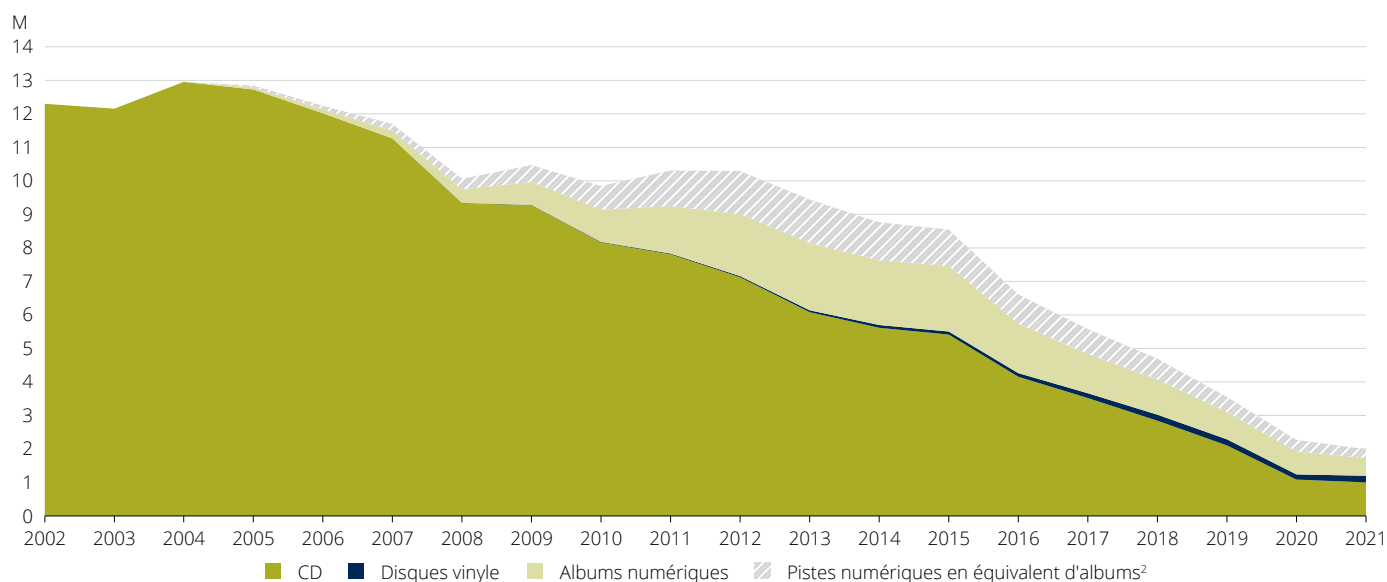
Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

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

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

Figure 1

Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit¹ et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2021



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.

Le CD

En 2020, au début de la pandémie, les disquaires ont dû fermer durant huit semaines, ce qui explique en partie la baisse de 46 % des ventes de CD et de 14 % des disques vinyle. En début d'année 2021, la troisième vague a forcé de nouveau la fermeture des commerces non essentiels pour une durée de six semaines. Sans cette seconde fermeture, on peut faire l'hypothèse que les ventes de CD auraient été en hausse au lieu de connaître une nouvelle baisse en 2021.

Les ventes de CD comptent pour 50 % du marché des ventes d'enregistrements audio au Québec. À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD occupent maintenant 31 % 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 tendance à la hausse des ventes de disque vinyle 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 baisse de 14 % des ventes en 2020 dans un contexte de pandémie qui a vu les ventes de CD reculer de 48 %, les ventes de vinyles sont en hausse de 26 % en 2021, avec un total des ventes supérieur au sommet de 2019. Les ventes de disques vinyle représentent 16 % des ventes de produits physiques en 2021 et ce ratio est de 19 % après quatre mois en 2022.

La place du vinyle est plus importante dans l'ensemble du Canada et aux États-Unis, où elle continue à prendre de l'ampleur. Au Canada, en 2021, les disques vinyle représentent 29 % des ventes d'enregistrements sur support physique (24 % en 2020) en nombre d'unités. Aux États-Unis, les proportions sont de 42 % pour les ventes en nombre d'unités (40 % en 2020) et de 55 % pour les revenus (exactement comme en 2020).

L'album numérique et la piste numérique

Les ventes des produits numériques (albums et pistes numériques) sont en baisse de 23 % en 2021, après un recul de 19 % en 2020. S'il est difficile d'établir avec certitude le nombre d'albums qui ont été vendus sous forme numérique plutôt que physique en raison de la fermeture temporaire des commerces, il demeure que la tendance à la baisse des ventes de produits numériques observée depuis quelques années est toujours d'actualité.

Les ventes d'albums numériques diminuent pour une sixième année consécutive, le recul cumulatif des ventes étant de 73 % depuis 2015. Les ventes de pistes numériques, pour leur part, sont en recul chaque année depuis le sommet de 16,9 M en 2013 (baisse cumulative des ventes de 79 %). Même si nous ne pouvons établir de lien de cause à effet, il y a fort à parier qu'une bonne partie de cette baisse s'explique par la forte croissance de l'écoute sur les services de musique en continu, les consommateurs faisant le choix de délaisser les achats numériques au profit d'un abonnement à un service donnant accès à des millions de titres.

La musique en continu : premières données pour le Québec

Les services d'écoute de musique diffusée en continu offrent les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, mais permettent aussi 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.

Depuis le 15 octobre 2021, des données statistiques sur les services de musique en continu sont disponibles pour le territoire du Québec. Entre la mi-octobre et la fin décembre, l'écoute hebdomadaire moyenne a été de 420 M par semaine, avec un sommet de 448 M durant la semaine du 10 au 16 décembre 2021. Durant ces 11 semaines, 22 % de l'écoute au Canada provenait du Québec. En ayant, en 2022, l'ensemble des données d'une année, nous pourrions faire une analyse plus complète et voir s'il y a des cycles dans l'écoute comme dans les ventes, ainsi qu'un sommet durant la période des Fêtes.

Consommation et revenus de la musique au Canada

Même si nous ne disposons pas d'un historique des données de l'écoute sur les services de musique en continu et sur les revenus tirés de ces services pour le Québec, l'analyse des données des dernières années pour le Canada peut donner une idée de la tendance qui se dessine au Québec pour les prochaines années. Entre 2017 et 2021, l'écoute audio au Canada est passée de 39,1 G d'écoutes à 99,6 G. La croissance de l'écoute audio a été de 50 % en 2018, de 29 % en 2019, de 17 % en 2020 et de 13 % en 2021. Les revenus de l'écoute en continu, qui comprennent l'abonnement aux services de musique en continu, les redevances versées par les services de radio numérique (Pandora, SiriusXM, etc.) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, la version avec publicité de Spotify, etc.), sont passés de 260 M\$ en 2017 à 482 M\$ en 2020 (au moment d'écrire ces lignes, les données de 2021 ne sont pas disponibles). En 2020, ces revenus représentent 74 % de l'ensemble des revenus de l'industrie de la musique. Les revenus totaux de l'industrie, soit les services d'écoute de musique en continu, les ventes de produits physiques et numériques, les droits d'exécution (musique jouée en public à la télé, à la radio, sur scène, en ligne, comme musique de fond, etc.) et les droits de synchronisation (utilisation de musique dans les projets audiovisuels), sont passés, avant indexation, de 736 M\$ en 2003 à un creux de 418 M\$ en 2010, pour ensuite amorcer une remontée jusqu'à atteindre 648 M\$ en 2020.

Tableau 2

Nombre d'écoutes et revenus de la musique en continu, Canada, 2017 à 2021

	Unité	2017	2018	2019	2020	2021	Variation 2021/2020
							%
Nombre d'écoutes	G	49,1	72,9	98,3	97,3	107,6	10,6
Écoutes audio	G	39,1	58,6	75,9	88,4	99,6	12,6
Écoutes vidéo	G	10,0	14,3	22,4	8,9 ¹	8,1 ¹	-9,2
Revenus de l'écoute en continu ²	M\$	260,2	343,3	408,8	481,5
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus ³	%	53,6	67,3	68,2	74,3

1. En raison d'un changement majeur de méthodologie de la part d'un important service de vidéos musicales en 2020, les données de 2020 et 2021 sur l'écoute de vidéos sont indiquées ici à titre informatif, mais ne doivent pas être comparées aux résultats des années précédentes.

2. 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.).

3. 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/).

Place des nouveautés dans la consommation musicale

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 ces deux catégories 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, achetées ou écoutées.

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.

Au sujet de l'écoute sur les services de musique en continu, la donnée ne couvre que les 11 dernières semaines de 2021, mais on constate déjà que la part des nouveautés est faible (29 %). 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 chansons qu'il aime depuis plusieurs années (tableau 3).

Il faut faire attention ici dans la comparaison entre les ventes et l'écoute, car on mesure d'un côté l'achat d'un produit, qui nécessite un engagement financier, et de l'autre l'acte d'écoute, qui est à coût nul, une fois payé l'abonnement au service. C'est un point que nous allons répéter tout au long du bulletin, en particulier lors de la comparaison de la part des produits québécois dans la vente de produits et dans l'écoute sur les services de musique en continu.

Un autre constat est que sur cinq ans, la part des nouveaux produits dans la consommation est en baisse pour les albums. De 2017 à 2021, elle est passée de 51 % à 44 % pour les albums physiques et de 51 % à 43 % pour les albums numériques. Soulignons que pour les albums sur support physique, cette part est passée de 51 % en 2019 à 41 % en 2020, pour ensuite remonter à 44 % en 2021. Il se

Tableau 3

Parts de la consommation musicale des nouveautés¹ pour les ventes et l'écoute d'enregistrements audio, Québec, 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
	%				
Ensemble des albums					
Albums sur support physique ²	50,7	47,4	51,0	40,6	43,7
Albums numériques	50,9	47,0	48,5	43,5	43,4
Pistes numériques téléchargées	23,9	21,8	33,1	29,7	25,4
Pistes écoutées sur les services de musique en continu ³	29,2

1. Produits diffusés il y a moins de 18 mois (depuis le 1^{er} juillet 2020).

2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

3. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021. Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

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

pourrait – il faudrait le vérifier – que le report de la parution de plusieurs albums en raison de la pandémie soit à l'origine de la diminution importante de la place des nouveaux produits dans les ventes en 2020.

Concentration autour des « meilleurs vendeurs »

Un autre indicateur intéressant de la consommation musicale est celui de la concentration, soit la mesure dans laquelle un pourcentage important des ventes ou de l'écoute est généré par un petit nombre de produits. Par exemple, pour la vente de produits sur support physique, sur les dizaines de milliers d'albums différents qui sont vendus dans une année, les ventes des 500 albums les plus populaires représentent 48 % des ventes totales en 2021, et cette proportion se maintient autour de 50 % chaque année (tableau 4). Pour les albums numériques, cette part est de 33 % pour les 500 titres les plus vendus. La demande semble plus diversifiée pour les albums numériques, les 10 000 albums les plus vendus représentant 68 % des ventes contre 90 % pour les albums physiques. La part des 500 albums numériques les plus populaires suit une tendance à la baisse (40 % en 2017), l'hypothèse étant que ce sont les nouveautés qui connaissent la plus forte baisse des ventes, car celles-ci représentaient 51 % des ventes en 2017 et 43 % en 2021 (tableau 3).

La taille de l'offre influe grandement sur le niveau de concentration, ce qui explique pourquoi la concentration est moindre pour les pistes numériques, dont l'offre est plus grande que celle des albums. Le nombre de titres d'albums offerts à l'achat est évidemment moins élevé que le nombre de titres de pistes disponibles à l'achat ou 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. Ainsi, les 500 pistes les plus vendues regroupent 18 % des ventes. Comme pour les albums numériques, la concentration des ventes des pistes suit une tendance à la baisse depuis quelques années, le poids des ventes des 500 premières pistes étant passé de 29 % à 18 % en cinq ans.

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 18 % au sein du total des ventes de pistes téléchargées, alors que les 500 pistes les plus écoutées dans les services de musique en continu en représentent 10 %. Cet écart s'explique par la nature de ce qui est mesuré dans l'un et dans 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 déboursé 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).

Du point de vue des interprètes, le phénomène de concentration est aussi présent. En 2021, 50 interprètes ont généré 28 % des ventes d'albums, ce résultat étant de 32 % pour les produits physiques et de 21 % pour les albums numériques. La concentration est moindre pour la vente de pistes, avec 50 interprètes qui regroupent 14 % des ventes, l'hypothèse étant que l'achat d'une piste, à coût moindre qu'un album, permet de diversifier davantage les achats.

Cette concentration est encore plus faible pour l'écoute de musique en continu, où 50 interprètes, dont 7 Québécois, génèrent 11 % de l'écoute au Québec. Sans surprise, le phénomène de la concentration est moins important au chapitre de l'écoute que des ventes, car l'écoute permet d'explorer différents interprètes ou genres musicaux sans coût additionnel, une fois que l'abonnement aux services de musique en continu est payé. Même si ce 11 % peut paraître faible, il ne faut pas oublier qu'un service comme Spotify compte 11 millions de créateurs (en musique et en baladodiffusion) et que ce 11 % de l'écoute passe rapidement à 44 % pour 1 000 interprètes et à 68 % pour 5 000 interprètes. Cela signifie qu'on peut estimer que moins de 0,1 % des interprètes génèrent plus des deux tiers de l'écoute. Même si nous n'avons pas de données sur le nombre d'interprètes québécois présents sur les services de musique en continu, on peut estimer que parmi les interprètes québécois, les 10 plus écoutés recueillent 18 % de l'écoute et les 50 plus écoutés, 39 %.

Tableau 4

Répartition des ventes et de l'écoute des enregistrements audio de la 1^{re} à la 10 000^e position au palmarès, Québec, 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
	%				
Albums sur support physique					
Position 1 à 500	49,9	49,3	51,2	48,6	47,8
Position 501 à 1 000	10,9	10,3	9,9	10,7	10,1
Position 1 001 à 5 000	23,8	23,4	23,3	24,1	24,0
Position 5 001 à 10 000	7,7	7,8	7,7	7,8	8,2
Total position 1 à 10 000	92,3	90,9	92,1	91,3	90,1
Albums numériques					
Position 1 à 500	40,1	35,4	34,2	31,1	33,0
Position 501 à 1 000	10,1	9,2	7,7	7,3	7,0
Position 1 001 à 5 000	23,6	22,1	20,9	19,9	18,8
Position 5 001 à 10 000	8,9	8,8	8,8	9,2	8,8
Total position 1 à 10 000	82,7	75,5	71,6	67,6	67,7
Pistes numériques téléchargées					
Position 1 à 500	29,3	24,3	22,5	19,5	18,0
Position 501 à 1 000	7,1	7,1	6,5	6,0	6,1
Position 1 001 à 5 000	20,3	21,2	20,8	20,0	19,7
Position 5 001 à 10 000	9,0	9,6	9,6	9,6	9,3
Total position 1 à 10 000	65,6	62,3	59,4	55,1	53,1
Pistes écoutées sur les services de musique en continu¹					
Position 1 à 500	10,2
Position 501 à 1 000	4,7
Position 1 001 à 5 000	17,0
Position 5 001 à 10 000	9,5
Total position 1 à 10 000	41,5

1. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021. Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

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

Calcul de la part québécoise de la consommation musicale : augmentation de la couverture

Depuis la diffusion des premières données sur la part québécoise en 2002, celle-ci est calculée sur le plan artistique (provenance de l'interprète) et sur le plan industriel (provenance de la maison de disque). Cependant, en raison du grand volume de données générées par l'écoute sur les services de musique en continu, l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec a mis sur pied en 2021 une base de données sur les interprètes québécois afin de pouvoir automatiser l'identification des interprètes québécois dans les données. Avec cette automatisation, il n'est plus nécessaire de se limiter au traitement manuel des 500 produits ou interprètes les plus vendus ou écoutés. Il est possible de traiter en quelques secondes 10 000 produits, ce qui augmente considérablement la couverture. Par exemple, celle-ci passe de 48 % des ventes (500 produits) à 90 % (10 000 produits) pour les albums physiques, et de 8 % à 30 % pour l'écoute sur les services de musique en continu.

Afin d'augmenter encore plus la couverture, il a été décidé de ne plus calculer la part québécoise à partir des 10 000 produits les plus

vendus, mais à partir des 10 000 interprètes ayant enregistré le plus de ventes. Ainsi, la couverture passe de 90 % si on prend les 10 000 albums les plus vendus sur support physique à 97 % pour les 10 000 interprètes ayant le plus d'albums vendus sur support physique.

Cependant, il n'est pas possible pour le moment d'avoir l'équivalent pour la maison de disque, car les données doivent être codées manuellement. De plus, l'identification de la maison de disque pour la vente ou l'écoute d'une piste est impossible, car celle-ci peut regrouper différentes versions provenant de différentes maisons de disque. Dans ces conditions, nous avons fait le choix de concentrer notre analyse sur la part des interprètes québécois dans ce bulletin. À noter que des données sur la part québécoise sur le plan industriel pour les albums sont toujours diffusées sur le site Web de l'ISQ. L'analyse de la part québécoise des albums au fil des années permet de constater que l'ajout de la part québécoise sur le plan industriel à celle sur le plan artistique fait augmenter la part québécoise de 2 à 5 %, ce qui ne change pas les tendances générales au fil des années.

L'augmentation de la couverture (10 000 interprètes) a eu pour effet de faire diminuer la part québécoise. Par exemple, cette part, en 2021, est de 58 % pour les 500 albums les plus vendus, de 45 % pour les 500 interprètes ayant vendu le plus d'albums, de 39 % pour les 10 000 albums les plus vendus et de 35 % pour les 10 000 interprètes ayant vendu le plus d'albums. Cette baisse se vérifie à la fois pour les albums sur support physique (56 % à 35 %) et pour les albums numériques (59 % à 34 %). Pour les pistes, l'augmentation de la couverture ne conduit pas à une baisse de la part québécoise. La part pour les ventes de pistes passe de 14 % à 16 %, et pour l'écoute, de 5 % à 9 %. À noter qu'au début des années 2000, quand nous avons fait le choix de limiter notre analyse aux 500 CD les plus vendus, ce qui représentait tout de même 50 % des ventes, nous étions conscients d'exagérer le poids des albums québécois, car ceux-ci aboutissent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès. Cependant, nous n'étions pas en mesure de calculer l'ampleur de cette surestimation.

Tableau 5

Comparaison de la part des interprètes québécois parmi les ventes d'enregistrements audio et l'écoute¹ selon le type de mesure, Québec, 2021

	Produits		Interprètes	
	500	10 000	500	10 000
	%			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ²				
Ensemble des albums	58,3	38,6	44,5	35,2
Albums sur support physique ³	56,2	37,2	43,3	35,1
Albums numériques	58,9	39,3	48,6	33,8
Pistes numériques téléchargées	14,2	16,4	19,8	15,9
Écoutes audio sur les services de musique en continu ⁴	4,6	8,4	9,2	8,6

1. La part des ventes détenue par les produits québécois été estimée à partir de l'examen, pour chacun des types de produits, des 10 000 artistes les plus populaires durant l'année.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
3. Comprend les CD et les disques vinyle.
4. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021. Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

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

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

Part des produits québécois : une tendance à la hausse dans un marché en baisse

Jusqu'au début des années 2000, avant l'arrivée des albums et des pistes numériques, l'industrie musicale québécoise avait réussi à faire en sorte que plus du tiers des CD vendus au Québec soient des produits québécois. Cette situation était essentiellement attribuable 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 dans ce nouveau mode de consommation. Depuis quelques années, outre les ventes de CD, qui continuent de baisser, les produits numériques sont aussi en perte de vitesse, en raison de la popularité croissante de l'écoute de musique en continu. Ainsi, d'un côté, dans un marché où les ventes globales d'enregistrements sont en baisse, la part de marché des produits québécois est en hausse pour tous les types d'enregistrements vendus (physiques et numériques). De l'autre, on assiste à une forte croissance de l'écoute sur les services de musique en continu, un marché où les interprètes québécois ont plus de difficulté à se démarquer (tableau 6).

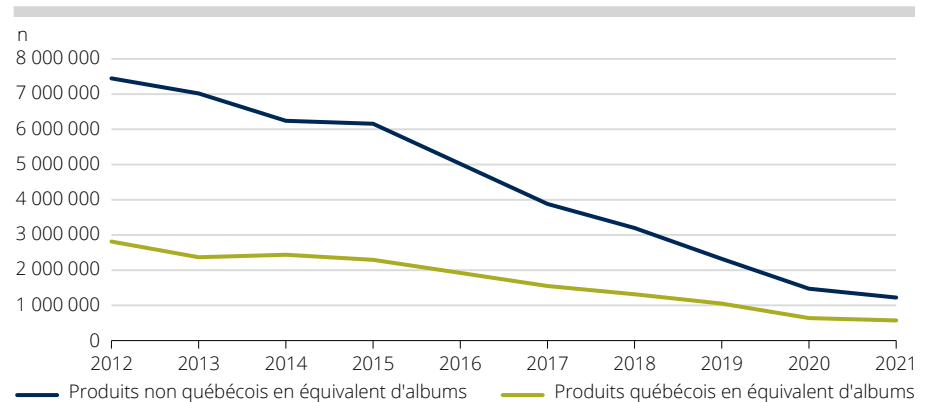
En 2021, la part de marché des interprètes québécois dans les ventes d'enregistrements audio est de 32 %, en légère hausse par rapport à 2020 (30 %). En connaissant

les ventes totales et 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 albums physiques, les albums numériques, les pistes numériques ou l'ensemble des enregistrements audio. On constate ainsi qu'en 2021, les ventes d'enregistrements audio québécois sont estimées à 0,6 M, et celles des enregistrements audio non québécois à 1,2 M. Par rapport à 2020, les ventes de produits québécois ont baissé de 11 %, et celles des produits non québécois de 17 %. Selon

les estimations, depuis dix ans, les ventes d'enregistrements audio québécois sont passées de 2,8 M en 2012 à 0,6 M en 2021, une baisse de 80 %, et les enregistrements audio non québécois de 7,4 M à 1,2 M, une baisse de 84 %. Pour les ventes par type de produits, on constate que les ventes de produits non québécois ont diminué plus que les ventes de produits québécois pour les albums physiques (-8 % et -7 %) et les albums numériques (-27 % et -13 %), mais que c'est le contraire pour les pistes numériques (-23 % et -24 %) (figure 2).

Figure 2

Ventes des interprètes en équivalent d'albums^{1,2} selon la provenance nationale des enregistrements audio, Québec, 2012 à 2021



1. La quantité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 10 000 albums sur support physique les plus vendus, les 10 000 albums numériques les plus vendus et les 10 000 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 : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6

Part des interprètes québécois parmi les ventes d'enregistrements audio et l'écoute¹ selon le type de support, Québec, 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
	%				
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ²	27,6	28,8	31,1	30,1	31,9
Ensemble des albums	31,5	32,2	34,3	33,9	35,2
Albums sur support physique ³	33,8	33,9	35,6	35,0	35,1
Albums numériques	23,2	25,6	28,8	30,1	33,8
Pistes numériques téléchargées	12,2	13,6	15,1	16,1	15,9
Écoutes audio sur les services de musique en continu ⁴	8,6

1. La part des ventes détenue par les produits québécois a été estimée à partir de l'examen, pour chacun des types de produits, des 10 000 artistes les plus populaires durant l'année.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
3. Comprenant les CD et les disques vinyle.
4. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021. Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

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

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

En 2021, la part des produits québécois dans les ventes de CD se situe à 35 % (figure 3). Sur dix ans, la tendance semble être à une légère hausse de la part québécoise (figure 4), comme le reflète la baisse des ventes moins prononcée du côté des CD québécois (-84 %) que du côté des CD non québécois (-87 %).

Pour les ventes d'albums numériques, la part des produits québécois se situe à 34 % en 2021, en hausse pour une quatrième année. Cette tendance s'explique par une baisse plus faible du côté des ventes d'albums numériques québécois (-35 %) que du côté des ventes d'albums non québécois (-61 %) depuis 2017. La part québécoise est ainsi passée de 23 % en 2017 à 34 % en 2021.

La part des produits québécois dans les ventes de pistes numériques est de 16 % en 2021, un résultat similaire à 2020, mais en hausse depuis quelques années. Cette situation s'explique par une décroissance des ventes de pistes québécoises (-53 %) inférieure à celle des pistes non québécoises (-65 %) depuis 2017 (figure 4).

La présence de seulement 1 031 interprètes québécois parmi les 10 000 interprètes comptant le plus de ventes de pistes rappelle la place marginale des produits québécois pour ce format, malgré la croissance des dernières années (figure 3). En somme, la part des produits québécois dans le marché du numérique est de 28 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 35 % dans le marché des albums physiques (figure 4). Il y a dix ans, ces parts étaient respectivement de 18 % et de 30 %.

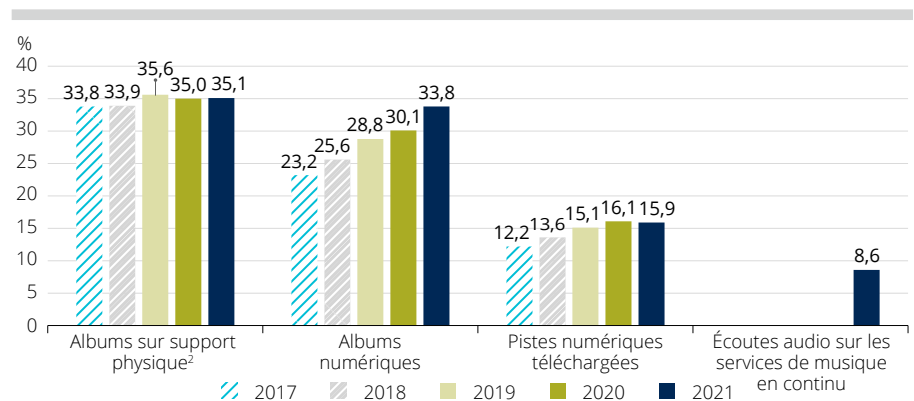
Part des interprètes québécois dans les services de musique en continu

Pour la première fois cette année, il a été possible de calculer la part de l'écoute des interprètes québécois dans les services de musique en continu à partir des données des 11 dernières semaines de l'année 2021. Le résultat donne une part québécoise de 8,6 % pour un nombre d'écoutes estimé à 397 M sur les 4 615 M d'écoutes durant ces semaines. La part québécoise est plus faible

pour l'écoute que pour les ventes des pistes, mais il faut se rappeler que ce n'est pas la même chose qui est mesurée. D'un côté, il y a l'acte d'achat d'une piste, qui va ensuite conduire à un nombre d'écoutes inconnu, et de l'autre, l'écoute d'une piste sur un service de musique en continu, réalisé à coût nul une fois que l'on est abonné au service.

Figure 3

Part des interprètes québécois parmi les différents types d'enregistrements audio¹, Québec, 2017 à 2021



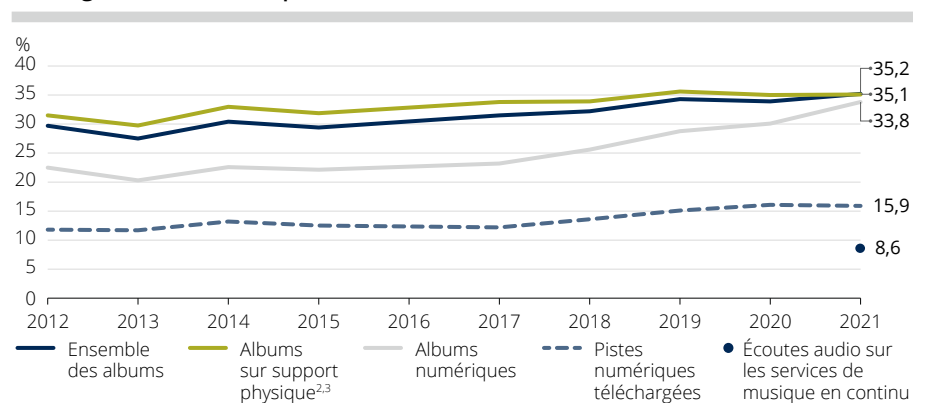
1. La part des ventes et de l'écoute détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes les plus populaires pour chacun des types d'enregistrements audio durant l'année.
2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

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

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

Figure 4

Part des interprètes québécois dans la consommation musicale selon le type d'enregistrement audio¹ produit, Québec, 2012 à 2021



1. La part des ventes et de l'écoute détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes les plus populaires pour chacun des types d'enregistrements audio durant l'année.
2. Comprend les CD et les disques vinyle.
3. Exclut les disques monoplages.

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

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

Part des produits québécois parmi les nouveautés

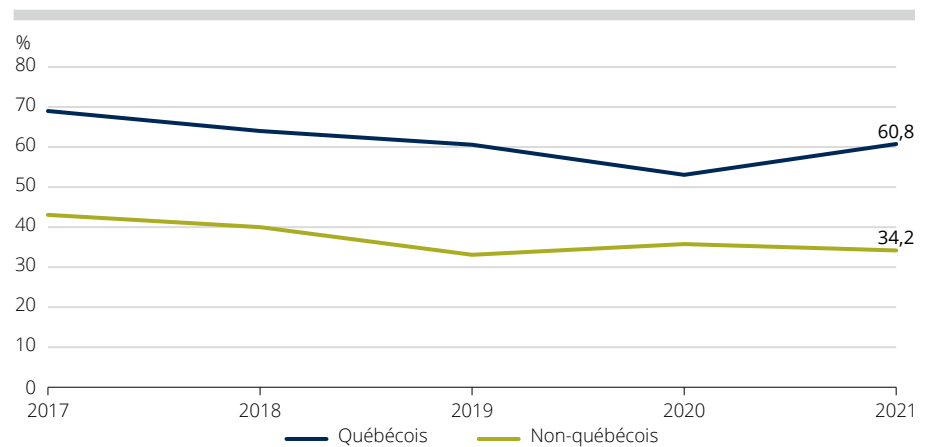
Quand on se limite aux 500 premiers albums vendus, qui contiennent un ratio important de nouveautés (les sorties d'il y a 18 mois ou moins), la part des produits québécois tend à être plus élevée, l'industrie québécoise de la musique réussissant à générer des ventes importantes pour les nouveautés qu'elle met en marché. Afin d'analyser ce phénomène, voyons comment se répartissent les ventes entre les nouveautés et le catalogue (les sorties d'il y a plus de 18 mois) et entre les produits québécois et les produits non québécois. Pour l'ensemble des albums, la répartition des ventes est la suivante : 24 % pour les nouveautés québécoises, 21 % pour les nouveautés non québécoises, 15 % pour le catalogue québécois et 40 % pour le catalogue non québécois. Ce qui frappe et explique en bonne partie pourquoi la part québécoise est plus faible quand on analyse 10 000 albums plutôt que 500, c'est l'écart entre la part occupée par le catalogue québécois et celle occupée par le catalogue non québécois (15 % et 40 %). Cette part du catalogue non québécois est de 42 % pour les ventes d'albums sur support physique, de 39 % pour les albums numériques, de 63 % pour les pistes numériques et de 65 % pour l'écoute de pistes numériques en continu. Quel que soit le type d'enregistrement, le catalogue de l'industrie musicale

québécoise n'est pas en mesure de générer des ventes aussi importantes que le catalogue des produits non québécois (tableau 7). L'autre écart frappant est celui observé au chapitre de la part des nouveautés québécoises, qui est de 24 % pour la vente d'albums (physiques et numériques), mais de 5 % pour la vente de pistes et de 3 % pour l'écoute de pistes sur les services de musique en continu.

La part des nouveautés dans les ventes d'album est passée de 69 % à 61 % entre 2017 et 2021 pour les albums québécois et de 43 % à 34 % pour les albums non québécois durant la même période. Les ventes de nouveautés semblent connaître un recul plus important depuis les trois dernières années, quelle que soit la provenance des interprètes (figure 5).

Figure 5

Part des nouveautés dans les ventes d'albums¹ selon la provenance des interprètes des enregistrements audio, Québec, 2012-2021



1. La part des nouveautés dans les ventes d'albums a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes avec le plus de ventes d'albums durant l'année.

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

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

Tableau 7

Répartition¹ de la consommation musicale selon la provenance, la date de sortie et le type d'enregistrement audio, Québec, 2021

	Nouveautés ²		Catalogue ³		Total
	Québécois	Non québécois	Québécois	Non québécois	
%					
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ⁴					
Ensemble des albums	23,5	21,0	15,2	40,4	100,0
Albums sur support physique ⁵	23,0	20,7	14,2	42,1	100,0
Albums numériques	21,9	21,5	17,4	39,2	100,0
Pistes numériques téléchargées	4,8	20,6	11,6	63,0	100,0
Écoutes audio sur les services de musique en continu	2,6	26,6	5,8	65,0	100,0

1. La répartition se base sur les 10 000 produits les plus vendus ou écoutés selon le type d'enregistrement audio.

2. Sortie il y a 18 mois ou moins

3. Sortie il y a plus de 18 mois

4. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

5. Comprenant les CD et les disques vinyle.

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

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

Entre 2017 et 2021, la part des interprètes québécois dans la consommation des nouveaux enregistrements a connu une légère progression pour les ventes d'albums physiques (46 % en 2017 à 53 % en 2021), une forte progression pour la vente d'albums numériques (31 % à 51 %) et une progression importante significative pour la vente de pistes numériques (9 % à 19 %), trois marchés en décroissance. Pour l'écoute de pistes, comme les données sont seulement disponibles depuis octobre 2021, il n'est pas possible d'établir de tendances, mais la part se situe à 9 % pour 2021 (figure 6).

La part des interprètes québécois pour l'ensemble des albums, selon la date de sortie, suit une tendance à la hausse qu'il s'agisse des nouveaux albums (les sorties d'il y a 18 mois ou moins) ou des albums du catalogue (les sorties d'il y a plus de 18 mois). Elle est passée de 43 % en 2017 à 53 % en 2021 pour les nouveautés et de 20 % à 27 % pour les albums du catalogue pour la même période. Malgré les hausses, l'écart se maintient entre les deux catégories et l'industrie québécoise continue à connaître un plus grand succès de ventes, en proportion, pour les nouveaux albums (figure 7).

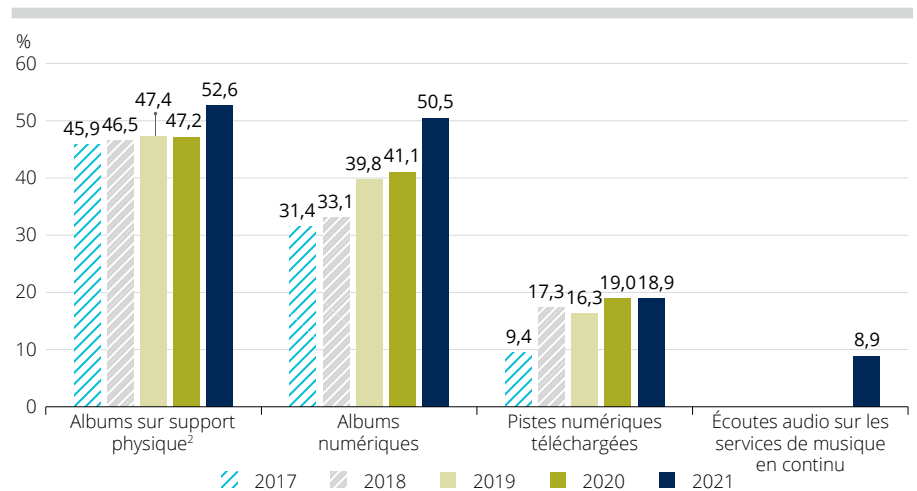
En résumé, les interprètes québécois recueillent une part importante des ventes de nouveautés musicales, principalement pour les albums, et cette part continue d'augmenter, mais dans un marché en décroissance. Cependant, les interprètes québécois ne connaissent pas autant de succès que les interprètes non québécois dans la vente de produits musicaux tirés du catalogue, ce qui explique la baisse de la part québécoise à mesure que la taille du palmarès analysé augmente.

Même avec seulement 11 semaines de données, il est possible de faire quelques constats au sujet de l'écoute audio sur les services de musique en continu. Tout d'abord, comme pour la vente de pistes, dans ce mode de consommation musicale numérique, les contenus tirés du catalogue (les sorties d'il y a plus de 18 mois) sont plus présents que pour la vente d'albums. Ainsi, pour les produits québécois, la part des nouveautés dans la consommation est de 61 % pour les ventes d'albums physiques,

de 29 % pour la vente de pistes et de 31 % pour l'écoute audio. Ce dernier résultat est par ailleurs similaire à la part de l'écoute des pistes du catalogue pour les interprètes non québécois (29 %). L'enjeu n'est donc pas de comparer l'écoute de nouvelles pistes québécoises et l'écoute de pistes du catalogue québécois, mais plutôt d'augmenter globalement le nombre d'écoutes pour les pistes québécoises sur les services de musique en continu.

Figure 6

Part des interprètes québécois dans les nouveautés¹ selon le type d'enregistrement audio, Québec, 2017-2021



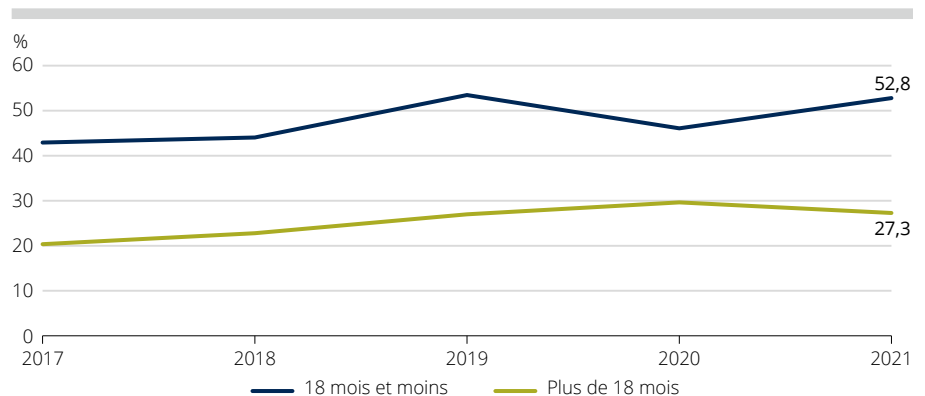
1. La part des interprètes québécois dans les nouveautés a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes avec le plus de ventes d'albums durant l'année.
2. Comprend les CD et les disques vinyle.

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

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

Figure 7

Part des interprètes québécois dans les ventes d'albums¹ selon la date de sortie, Québec, 2012-2021



1. La part des interprètes québécois dans les ventes d'albums a été estimée à partir de l'examen des 10 000 interprètes avec le plus de ventes d'albums durant l'année.

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

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

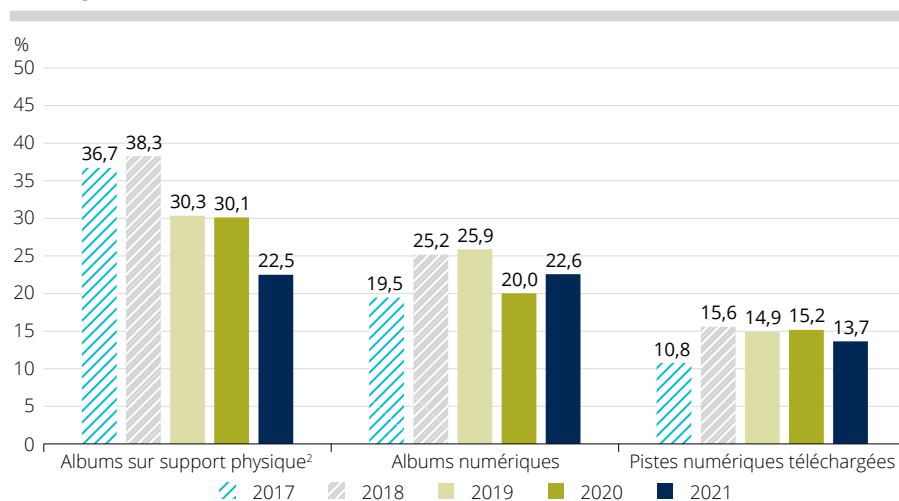
La part des produits en français en baisse

En 2021, la part des produits en français dans les ventes de l'ensemble des enregistrements audio se situe à 21 %, en baisse pour une deuxième année (27 % en 2019 et 25 % en 2020) (tableau 8). Dans un contexte de baisse généralisée des ventes, cette baisse des produits en français s'explique par un recul plus important des ventes des produits en français (- 22 %) que des ventes des produits en anglais (- 11 %) ou dans une autre langue (+ 5 %).

En 2020, la part des produits en français dans les ventes de produits physiques se situe à 23 %, en baisse par rapport à 2019 (30 %) (figure 8). Cela s'explique par la forte baisse des ventes de produits physiques en français (- 28 %) comparativement aux ventes en anglais (+ 2 %) et dans les autres langues (+ 33 %). La part des CD en français s'est située autour de 30 % de 2012 à 2021, sauf en 2017 (37 %) et en 2018 (39 %). La part des produits en français en 2021 est de 23 % 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 20 %, un résultat stable depuis trois ans (figure 9).

Figure 8

Part des produits en français parmi les ventes, selon différents types d'enregistrements audio¹, Québec, 2017 à 2021



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 10 000 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Comprend les CD et les disques vinyle.

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

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

Tableau 8

Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support la langue d'enregistrement¹ et la provenance de l'interprète, Québec, 2019 à 2021

	Ensemble des albums			Albums sur support physique ²			Albums numérique			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
	%														
En français	30,3	25,8	22,7	30,4	30,1	22,5	25,9	20,0	22,6	14,9	15,2	13,7	27,3	24,8	21,3
Québécois	23,9	21,4	20,6	23,4	25,4	20,2	21,9	17,3	19,8	12,6	13,6	12,4	21,6	21,2	19,0
Autres provenances	6,4	4,4	2,1	7,0	4,7	2,3	4,0	2,7	2,8	2,3	1,6	1,3	5,7	3,6	2,3
En anglais	63,0	63,3	63,4	63,1	58,7	62,4	67,1	67,8	68,5	79,2	77,4	82,7	66,0	64,3	66,7
Québécois	7,3	6,1	8,5	7,4	6,7	6,9	6,1	6,5	13,0	2,5	2,4	4,0	6,4	6,0	8,1
Autres provenances	55,7	57,1	54,9	55,7	52,0	55,5	61,0	61,3	55,5	76,7	75,0	78,7	59,6	58,3	58,6
Dans une autre langue ou sans paroles	6,7	10,9	13,9	6,6	11,2	15,1	7,0	12,2	8,8	5,9	7,4	3,6	6,6	10,9	11,9
Québécois	4,4	5,9	9,5	4,4	6,1	10,0	4,1	6,2	6,5	0,3	0,1	-	3,8	5,2	7,7
Autres provenances	2,3	5,1	4,4	2,2	5,1	5,1	2,9	5,9	2,3	5,6	7,3	3,6	2,8	5,7	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	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 10 000 titres les plus vendus durant l'année.

2. Comprend les CD et les disques vinyle.

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

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

Tableau 9

Répartition des ventes d'albums¹ selon la provenance nationale des interprètes et la langue d'enregistrement², Québec, 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
	%				
En français	33,2	34,8	30,3	25,8	22,7
Québécois	25,0	25,2	23,9	21,4	20,6
Autres provenances	8,2	9,6	6,4	4,4	2,1
En anglais	63,3	59,8	63,0	63,2	63,4
Québécois	5,8	4,6	7,3	6,1	8,5
Autres provenances	57,5	55,2	55,7	57,1	54,9
Dans une autre langue ou sans paroles	3,5	5,4	6,7	11,0	13,9
Québécois	1,9	3,2	4,4	5,9	9,5
Autres provenances	1,6	2,2	2,3	5,1	4,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. Comprend les albums sur support physique et les albums numériques.

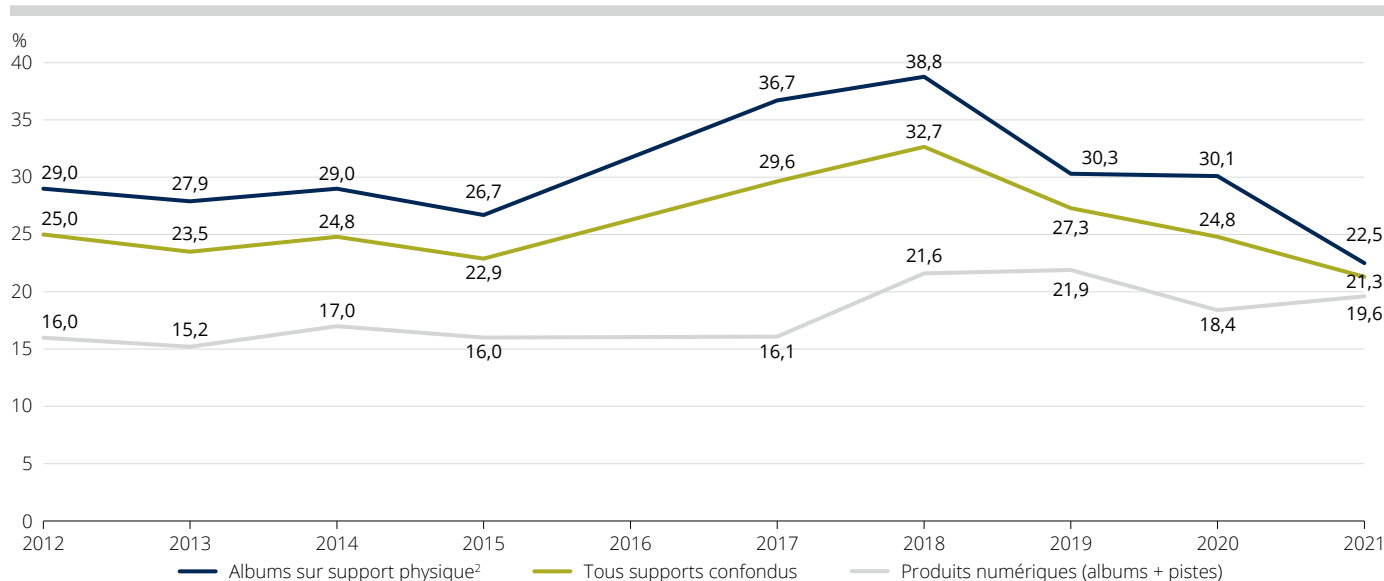
2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 10 000 titres les plus vendus durant l'année.

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

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

Figure 9

Part des produits en français¹ parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2012 à 2021



1. La part des produits en français a été estimée à partir de l'examen des 10 000 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.

2. Comprend les CD et les disques vinyle.

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

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

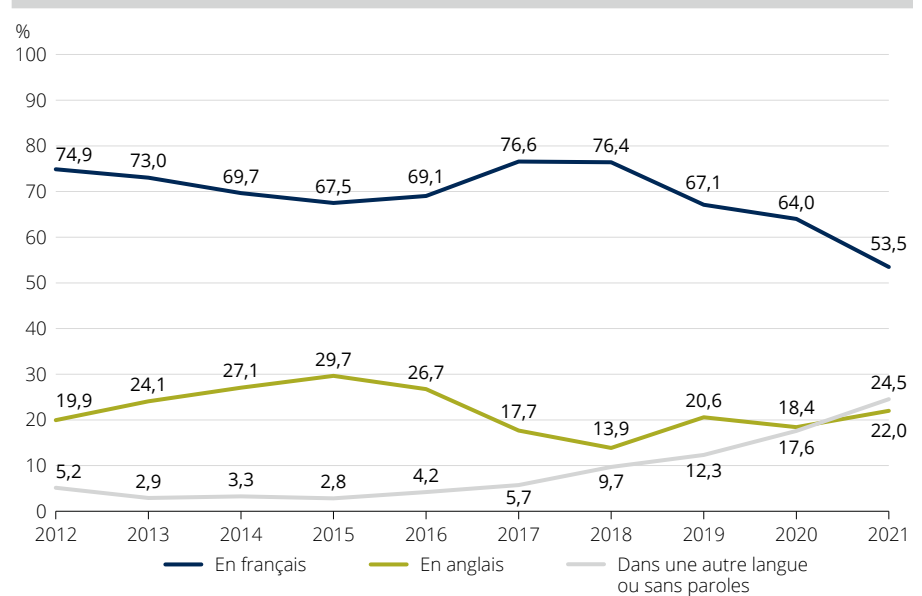
Marché de l'album québécois selon la langue

La part des albums en français dans les ventes d'albums québécois se situe à 53 % en 2021, en recul par rapport à 2020 (64 %), à 2019 (67 %) et à 2018 (76 %). C'est aussi le plus faible résultat en dix ans. La part des albums en anglais dans les ventes d'albums québécois est de 22 %, et celle des albums dans une autre langue ou sans paroles de 25 %, un nouveau sommet. Ce résultat s'explique par le succès d'interprètes comme Harmonium et l'Orchestre symphonique de Montréal, Alexandra Stréliski et Angèle Dubeau (figure 10).

Nous n'avons pas réalisé de codification de la langue des pistes écoutées sur les services de musique en continu en 2021, mais nous avons prévu le faire en 2022 afin de voir si les résultats sont semblables à ceux des autres produits, et de suivre la place du français dans ce nouveau mode de consommation musicale en forte croissance. Cependant, sans faire de calcul, notre hypothèse est que la part du français devrait être faible si l'on considère que la part des interprètes québécois est de 9 % sur les services de musique en continu et que, tous supports confondus, 89 % des ventes de produits francophones proviennent d'un interprète québécois.

Figure 10

Répartition des ventes d'albums d'interprètes québécois selon la langue, Québec, 2012 à 2021



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

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



Photo : Rawpixel.com / Shutterstock

Les palmarès de vente

Voici quelques palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2021. Des palmarès plus détaillés sont présentés sur le site Web de l'ISQ.

Palmarès des albums vendus au Québec

En 2021, sur les 20 albums les plus vendus, 16 titres sont québécois (13 en 2020) et 10 titres sont en français (10 en 2020). Par ailleurs, pour les 50 albums les plus vendus, 38 sont associés à un interprète québécois. Le décompte monte à 60 pour les 100 plus vendus, mais à seulement

308 pour les 1 000 albums les plus vendus et à 1 622 pour les 10 000 les plus vendus. Cela illustre la capacité de l'industrie québécoise à placer ses nouveaux albums au sommet du palmarès, face aux maisons de disques étrangères. Soulignons que l'album le plus vendu cette année, *Histoires sans paroles - Harmonium symphonique*, est un album instrumental (tableau 10).

Palmarès des albums québécois

Parmi les 20 albums québécois les plus vendus en 2021, 11 sont en français (14 en 2020), 4 sont en anglais (3 en 2020) et

5 sont dans une autre langue ou sans paroles (3 en 2020). Cette année, deux interprètes, Alexandra Stréliski et Marc Hervieux, ont deux de leurs albums dans le palmarès (tableau 11).

Palmarès des albums numériques

Parmi les 10 albums numériques les plus vendus au Québec en 2021, 9 sont québécois et 4 sont en français (tableau 12).

Tableau 10

Liste des albums les plus vendus^{1,2}, Québec, 2021

Rang	Titre ³	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Histoires sans paroles - Harmonium symphonique	Harmonium et l'Orchestre symphonique de Montréal	Autres	Québec	Québec
2	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
3	30	Adele	Anglais	Autre	Autre
4	Standing Under Bright Lights - Live from Festival International de Jazz de Montréal	Alex Henry Foster	Anglais	Québec	Québec
5	Comme au premier rendez-vous	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
6	Inscape	Alexandra Stréliski	Autres	Québec	Québec
7	Gin à l'eau salée	Salebarbes	Français	Québec	Québec
8	Dubois solide	Claude Dubois	Français	Québec	Québec
9	Immersion	Angèle Dubeau	Autres	Québec	Québec
10	Léda	Irvin Blais	Français	Québec	Québec
11	Acrophobie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
12	Nostalgie Noël	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
13	Contre vents et marées	Paul Daraïche & Renée Martel	Français	Québec	Québec
14	Between Illness and Migration	Your Favorite Enemies	Anglais	Québec	Québec
15	Les nuits de Repentigny	Les Cowboys fringants	Français	Québec	Québec
16	Nostalgie 2	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
17	=	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
18	Happier Than Ever	Billie Eilish	Anglais	Autre	Autre
19	Comme une chanson d'amour	Gilles Vigneault	Français	Québec	Québec
20	Senjutsu	Iron Maiden	Anglais	Autre	Autre

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-consommés-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

3. Les albums 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.

Tableau 11

Liste des albums québécois les plus vendus^{1,2}, Québec, 2021

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Histoires sans paroles - Harmonium symphonique	Harmonium et l'Orchestre Symphonique de Montréal	Autres	Québec	Québec
2	2	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
3	4	Standing Under Bright Lights - Live From Festival International de Jazz de Montreal	Alex Henry Foster	Anglais	Québec	Québec
4	5	Comme au premier rendez-vous	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
5	6	Inscape	Alexandra Stréliski	Autres	Québec	Québec
6	7	Gin à l'eau salée	Salebarbes	Français	Québec	Québec
7	8	Dubois Solide	Claude Dubois	Français	Québec	Québec
8	9	Immersion	Angèle Dubois	Autres	Québec	Québec
9	10	Léda	Irvin Blais	Français	Québec	Québec
10	11	Acrophobie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
11	12	Nostalgia Noël	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
12	13	Contre vents et marées	Paul Daraïche & Renée Martel	Français	Québec	Québec
13	14	Between Illness And Migration	Your Favorite Enemies	Anglais	Québec	Québec
14	15	Les nuits de Repentigny	Les Cowboys fringants	Français	Québec	Québec
15	16	Nostalgia 2	Marc Hervieux	Anglais	Québec	Québec
16	19	Comme une chanson d'amour	Gilles Vigneault	Français	Québec	Québec
17	21	Noël beauceron	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
18	22	Pianoscope	Alexandra Stréliski	Autres	Québec	Québec
19	23	Toute beauté n'est pas perdue	Vincent Vallières	Français	Québec	Québec
20	24	Perséides	Cœur de Pirate	Autres	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-consommés-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 12

Liste des albums numériques les plus vendus¹, Québec, 2021

Rang	Titre ²	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
2	Standing Under Bright Lights - Live From Festival International de Jazz de Montreal	Alex Henry Foster	Anglais	Québec	Québec
3	30	Adele	Anglais	Autre	Autre
4	Inscape	Alexandra Stréliski	Autres	Québec	Québec
5	Gin à l'eau salée	Salebarbes	Français	Québec	Québec
6	Les nuits de Repentigny	Les Cowboys fringants	Français	Québec	Québec
7	Perséides	Cœur de Pirate	Autres	Québec	Québec
8	L'Album du peuple – Tome XI	François Pérusse	Français	Québec	Québec
9	My Lullaby	Jonathan Roy	Anglais	Québec	Québec
10	Modulation	Sef Lemelin	Autres	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-consommés-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

2. Les albums 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 (une piste de Charlotte Cardin à la 9^e place) illustre, année après année, la faiblesse des ventes de musique québécoise dans ce format, principalement dans le haut du palmarès. Sur les 10 000 pistes les plus

vendues, 1 728 pistes sont des pistes québécoises. Le rapport est similaire du côté des albums : 1 622 albums sont québécois parmi les 10 000 albums les plus vendus. Cependant, dans les 100 premières positions, on retrouve 60 albums, mais seulement 15 pistes (tableau 13).

Tableau 13

Liste des pistes numériques les plus vendues^{1,2}, Québec, 2021

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste
1	Bad Habits	Ed Sheeran	Anglais	Autre
2	Cold Heart	Elton John & Dua Lipa	Anglais	Autre
3	Save Your Tears	The Weeknd	Anglais	Autre
4	Iko Iko (My Bestie)	Justin Wellington & Small Jam	Anglais	Autre
5	The Business	Tiesto	Anglais	Autre
6	Levitating	Dua Lipa	Anglais	Autre
7	Friday	Riton x Nightcrawlers Feat. Mufasa & Hypeman	Anglais	Autre
8	Goosebumps	Travis Scott & HVME	Anglais	Autre
9	Meaningless	Charlotte Cardin	Anglais	Québec
10	Easy On Me	Adele	Anglais	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-consommés-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

2. Il n'est plus possible d'identifier l'origine de la maison de disque des pistes car une piste peut être associée à plusieurs albums.

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 14

Liste des pistes numériques québécoises les plus vendues^{1,2}, Québec, 2021

Rang	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste
1	9	Meaningless	Charlotte Cardin	Anglais	Québec
2	21	Copilote	FouKi	Français	Québec
3	23	Tokébakicitte	Jérôme 50	Français	Québec
4	26	Anyone Who Loves Me	Charlotte Cardin	Anglais	Québec
5	29	L'Amérique pleure	Les Cowboys Fringants	Français	Québec
6	31	À ma manière	Roxane Bruneau	Français	Québec
7	41	Lost	Jonathan Roy	Anglais	Québec
8	48	Sur mon épaule	Les Cowboys fringants	Français	Québec
9	57	Keeping Me Alive	Jonathan Roy	Anglais	Québec
10	65	T'es belle	Cœur de Pirate	Français	Québec

1. Un palmarès des 20 pistes québécoises les plus vendues peut être consulté sur le site Web de l'OCCQ :

statistique.quebec.ca/fr/document/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-consommés-au-quebec/tableau/palmares-des-enregistrements-audio-les-plus-vendus-au-quebec.

2. Il n'est plus possible d'identifier l'origine de la maison de disque des pistes car une piste peut être associée à plusieurs albums.

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.

Les palmarès de l'écoute de musique en continu

Pistes les plus écoutées

Les données dont dispose l'OCCQ portent sur l'écoute audio sur les services de musique en continu au Québec, lors de 11 dernières semaines de 2021. Même si le portrait disponible ne couvre pas l'année 2021 dans son ensemble, il est intéressant de voir que sur cette période, sur les 20 pistes les plus écoutées, une seule est québécoise, *Copilote (feat. Jay Scott)* de FouKi, la seule piste en français (tableau 15).

Le second palmarès regroupe exclusivement les 20 pistes québécoises les plus écoutées, lesquelles se classent à partir de la 390^e position du palmarès général. De ce nombre, 11 sont en français et 8 en anglais. On note aussi la présence de 7 pistes du genre hip-hop/rap et de 7 du genre pop. Soulignons que comme les données sur l'écoute couvrent seulement la période de la mi-octobre à la fin décembre, il y a une surreprésentation des pistes de Noël et des pistes sorties durant l'automne (tableau 16).

Le troisième palmarès porte sur les vingt pistes francophones les plus écoutées en 2021. Il est composé uniquement de pistes québécoises, sauf deux, des pièces de Stromae, qui sont en neuvième et en dixième position. Bien que ces données ne représentent pas une année complète, elles semblent indiquer, comme pour la vente de produits musicaux, que l'écoute de musique francophone sur les services de musique en continu passe par les interprètes québécois (tableau 17).

Tableau 15

Palmarès des pistes les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu au Québec¹, du 15 octobre au 30 décembre 2021

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Genre	Année de sortie
1	Easy On Me	Adele	Anglais	Autre	Pop	2021
2	Love Nwantiti (Ah Ah Ah)	Ckay	Anglais	Autre	Musiques du monde	2019
3	Cold Heart	Elton John & Dua Lipa	Anglais	Autre	Pop	2021
4	Industry Baby	Lil Nas X & Jack Harlow	Anglais	Autre	Hip hop / rap	2021
5	Heat Waves	Glass Animals	Anglais	Autre	Pop	2020
6	Stay	The Kid Laroi & Justin Bieber	Anglais	Autre	Pop	2021
7	Shivers	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Pop	2021
8	Bad Habits	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Pop	2021
9	All I Want For Christmas Is You	Mariah Carey	Anglais	Autre	Pop	1994
10	Pepas	Farruko	Autres	Autre	Urbain / électronique / dance	2021
11	It's Beginning to Look a Lot Like Christmas	Michael Bubl�	Anglais	Autre	Jazz et blues	2011
12	Rockin' Around the Christmas Tree	Brenda Lee	Anglais	Autre	Country et western	1964
13	Last Christmas	Wham!	Anglais	Autre	Pop	1986
14	Beggin	Maneskin	Anglais	Autre	Rock	2017
15	Where Are You Now	Lost Frequencies & Calum Scott	Anglais	Autre	Urbain / électronique / dance	2021
16	That's What I Want	Lil Nas X	Anglais	Autre	Pop	2021
17	Copilote (ft. Jay Sc�tt)	FouKi	Français	Québec	Hip hop / rap	2020
18	abcdefu	Gayle	Anglais	Autre	Pop	2021
19	Jingle Bell Rock	Bobby Helms	Anglais	Autre	Country et western	1957
20	Montero (Call Me By Your Name)	Lil Nas X	Anglais	Autre	Pop	2021

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.

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

Tableau 16

Palmarès des pistes d'interprètes québécois les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu au Québec¹, du 15 octobre au 30 décembre 2021

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Genre	Année de sortie
1	17	Copilote (ft. Jay Scøtt)	FouKi	Français	Hip hop / rap	2020
2	70	L'Amérique pleure	Les Cowboys fringants	Français	Rock	2019
3	85	Meaningless	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2021
4	107	Ciel (ft. Alicia Moffet)	FouKi	Français	Hip hop / rap	2020
5	112	23 décembre	Beau Dommage	Français	Folk	1974
6	123	Anyone Who Loves Me	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2020
7	133	Je te laisserai des mots	Patrick Watson	Français	Rock	2013
8	182	Passive Aggressive	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2020
9	183	Or	Enima	Français	Hip hop / rap	2021
10	200	Scorpio Season	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2021
11	208	Sur mon épaule	Les Cowboys fringants	Français	Rock	2019
12	222	Phoenix	Charlotte Cardin	Anglais	Pop	2021
13	243	Bad Boy	Enima	Français	Hip hop / rap	2021
14	251	Ctrl + Alt + Del	Rêve	Anglais	Urbain / électronique / dance	2021
15	266	Going Up the Coast	Clay & Friends	Anglais	Hip hop / rap	2018
16	316	Broken	Jay Scøtt	Anglais	Pop	2021
17	348	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Hip hop / rap	2017
18	371	Bnb (Feat. Plk)	Enima	Français	Hip hop / rap	2021
19	381	Plus tôt	Alexandra Stréliski	Autres	Musique actuelle et contemporaine	2018
20	390	Tokébakicitte	Jérôme 50	Français	Pop	2021

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.

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

Tableau 17

Palmarès des pistes francophones les plus écoutées sur les services d'écoute de musique en continu au Québec¹, du 15 octobre au 30 décembre 2021

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Origine artiste	Genre	Année de sortie
1	17	Copilote (ft. Jay Scøtt)	FouKi	Québec	Hip hop / rap	2020
2	70	L'Amérique pleure	Les Cowboys fringants	Québec	Rock	2019
3	107	Ciel	FouKi	Québec	Hip hop / rap	2020
4	112	23 décembre	Beau Dommage	Québec	Folk	1974
5	133	Je te laisserai des mots	Patrick Watson	Québec	Rock	2013
6	183	Or	Enima	Québec	Hip hop / rap	2021
7	208	Sur mon épaule	Les Cowboys fringants	Québec	Rock	2019
8	243	Bad Boy	Enima	Québec	Hip hop / rap	2021
9	280	Santé	Stromae	Autre	Pop	2021
10	304	Alors on danse	Stromae	Autre	Pop	2010
11	316	Broken	Jay Scøtt	Québec	Pop	2021
12	348	Toutes les femmes savent danser	Loud	Québec	Hip hop / rap	2017
13	371	Bnb (Ft. Plk)	Enima	Québec	Hip hop / rap	2021
14	390	Tokébakicitte	Jérôme 50	Québec	Pop	2021
15	392	Les étoiles filantes	Les Cowboys fringants	Québec	Rock	2004
16	407	Bonhomme hiver	Ginette Reno	Québec	Pop	1967
17	445	Gunner	Enima	Québec	Hip hop / rap	2021
18	447	La ziguezon	La Bottine Souriante	Québec	Folk	1983
19	455	Coton ouaté	Bleu Jeans Bleu	Québec	Pop	2019
20	478	Mr. Smith	Enima	Québec	Hip hop / rap	2021

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.

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

Interprètes les plus écoutés

En plus de permettre l'analyse par piste, les données nous informent sur le nombre d'écoutes par interprètes. Au Québec, Adele, Taylor Swift et Ed Sheeran sont les interprètes les plus écoutés pour les 11 dernières semaines de 2021. Parmi les 20 interprètes les plus écoutés au Québec, 3 sont québécois : Enima au 13^e rang, Charlotte Cardin au 15^e rang et Les Cowboys fringants au 17^e rang (tableau 18).

L'ensemble de l'écoute des 50 interprètes québécois les plus populaires compte pour 39 % de l'ensemble de l'écoute des interprètes québécois. Sur ces 50 interprètes, 39 se produisent principalement ou exclusivement en français et l'écoute de leurs pistes représente 74 % de l'écoute totale des interprètes de ce palmarès. Si 54 % des albums québécois vendus sont des albums en français, près de trois quarts de l'écoute des interprètes québécois sur les services de musique en continu vise des pistes en français.

Sur les 50 interprètes québécois les plus écoutés, 16 ont une production musicale principalement associée au pop et représentent 32 % de l'écoute, et 11 ont une production principalement associée au hip-hop et au rap et représentent 29 % de l'écoute. À titre de comparaison, l'analyse du genre des 200 albums québécois les plus vendus chaque année donne habituellement une part de marché d'entre 40 et 50 % pour le pop, et de moins de 5 % pour le hip-hop et le rap. Cela montre les limites de l'analyse des ventes pour comprendre ce que les gens écoutent, mais indique aussi que le public qui achète des albums et celui qui utilise les services de musique en continu sont encore assez différents, même si on peut faire l'hypothèse qu'une partie importante de celui-ci est en train de migrer vers ces services (tableau 19).

Tableau 18

Palmarès des interprètes les plus écoutés sur les services d'écoute de musique en continu, au Québec¹, du 15 octobre au 30 décembre 2021

Rang	Artiste	Principale langue d'interprétation ²	Origine artiste
1	Adele	Anglais	Autre
2	Taylor Swift	Anglais	Autre
3	Ed Sheeran	Anglais	Autre
4	Drake	Anglais	Autre
5	Michael Bubl�	Anglais	Autre
6	Juice WRLD	Anglais	Autre
7	Justin Bieber	Anglais	Autre
8	Eminem	Anglais	Autre
9	The Weeknd	Anglais	Autre
10	Billie Eilish	Anglais	Autre
11	Kanye West	Anglais	Autre
12	Pop Smoke	Anglais	Autre
13	Enima	Français	Québec
14	Sleep Fruits Music	Anglais	Autre
15	Charlotte Cardin	Anglais	Québec
16	Doja Cat	Anglais	Autre
17	Les Cowboys fringants	Français	Québec
18	Ariana Grande	Anglais	Autre
19	The Beatles	Anglais	Autre
20	Imagine Dragons	Anglais	Autre

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. Principale langue des pistes de l'interprète selon le nombre d'écoutes en 2021.

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

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

Tableau 19

Palmarès des interprètes québécois les plus écoutés sur les services d'écoute de musique en continu, au Québec¹, du 15 octobre au 30 décembre 2021

Rang québécois	Rang général	Artiste	Principale langue d'interprétation ²	Principal genre musical ³
1	13	Enima	Français	Hip hop / rap
2	15	Charlotte Cardin	Anglais	Pop
3	17	Les Cowboys fringants	Français	Rock
4	37	FouKi	Français	Hip hop / rap
5	38	Céline Dion	Anglais	Pop
6	39	Souldia	Français	Hip hop / rap
7	45	Alexandra Stréliski	Autres	Musique actuelle et contemporaine
8	86	Ginette Reno	Français	Pop
9	92	La Bottine Souriante	Français	Folk
10	94	Cœur de pirate	Français	Pop
11	114	Roxane Bruneau	Français	Pop
12	116	Bob Bissonnette	Français	Rock
13	148	Patrick Watson	Anglais	Rock
14	152	Jay Scøtt	Français	Hip hop / rap
15	162	Jean Leloup	Français	Rock
16	195	Québec Redneck Bluegrass Project	Français	Folk
17	201	2Frères	Français	Pop
18	209	Loud	Français	Hip hop / rap
19	217	Daniel Bélanger	Français	Pop
20	228	Lost	Français	Hip hop / rap
21	230	Passe-Partout	Français	Enfants/Jeunesse
22	244	Éric Lapointe	Français	Rock
23	246	Les Trois Accords	Français	Rock
24	248	Half Moon Run	Anglais	Rock
25	260	Émile Bilodeau	Français	Folk
26	265	Manu Militari	Français	Hip hop / rap
27	267	Kain	Français	Folk
28	269	Koriass	Français	Hip hop / rap
29	281	White-B	Français	Hip hop / rap
30	302	Clay & Friends	Anglais	Hip hop / rap
31	313	Jonathan Roy	Anglais	Pop
32	319	Beau Dommage	Français	Pop
33	334	Patrick Norman	Français	Country
34	335	Renée Martel	Français	Country
35	353	Sir Pathetik	Français	Hip hop / rap
36	354	Simple Plan	Anglais	Rock
37	389	Les Colocs	Français	Rock
38	436	Les Sœurs Boulay	Français	Folk
39	443	Les BB	Français	Pop
40	453	Bleu Jeans Bleu	Français	Pop
41	458	Pierre Lapointe	Français	Pop
42	461	Isabelle Boulay	Français	Pop
43	472	Bernard Adamus	Français	Folk
44	493	André Gagnon	Autres	Musique classique/Opéra
45	497	Leonard Cohen	Anglais	Folk
46	503	Marie Michèle Desrosiers	Français	Pop
47	505	Marie-Ève Janvier et Jean-François Breau	Français	Pop
48	510	Kaytranada	Anglais	Urbain/Électronique/Dance
49	514	Fred Pellerin	Français	Folk
50	519	Vincent Vallières	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. Principale langue des pistes de l'interprète selon le nombre d'écoutes en 2021.

3. Principal genre des pistes de l'interprète selon le nombre d'écoutes en 2021.

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

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

Pour terminer, le tableau 20 présente quatre palmarès, soit les dix interprètes ayant enregistré le plus de ventes au Québec selon le support (albums physiques, albums numériques, pistes numériques) et les dix interprètes ayant le plus d'écoutes, afin d'illustrer quels sont les interprètes qui performent dans tous les types de consommation musicale et lesquels se distinguent dans un type en particulier. Seuls Les Cowboys fringants et Charlotte Cardin sont présents dans les quatre palmarès, occupant chaque fois l'une des quatre premières places.

Deux interprètes, soit Alexandra Stréliski et Roxane Bruneau, sont présentes dans trois palmarès sur quatre, et six sont présents dans deux palmarès. Soulignons que parmi les dix interprètes québécois les plus écoutés sur les services de musique en continu, quatre ne sont dans aucun des trois palmarès des ventes : Enima, Souldia, Bob Bissonnette et Lost (tableau 20).

Tableau 20

Palmarès des 10 interprètes québécois les plus vendus ou écoutés selon le type de produits, Québec, 2021

Rang	Vente d'albums physiques	Ventes d'albums numériques	Ventes de pistes numériques	Écoutes ^{1,2}
1	Harmonium et l'Orchestre symphonique de Montréal	Charlotte Cardin	Charlotte Cardin	Charlotte Cardin
2	Charlotte Cardin	François Pérouse	Les Cowboys fringants	Les Cowboys fringants
3	Marc Hervieux	Alex Henry Foster	Céline Dion	Enima
4	Les Cowboys fringants	Les Cowboys fringants	Roxane Bruneau	FouKi
5	Mario Pelchat	Alexandra Stréliski	Claude Dubois	Alexandra Stréliski
6	Alexandra Stréliski	Cœur de pirate	FouKi	Souldia
7	Salebarbes	Salebarbes	Jonathan Roy	Céline Dion
8	Maxime Landry	Your Favorite Enemies	Cœur de pirate	Roxane Bruneau
9	Claude Dubois	Sef Lemelin	2Frères	Bob Bissonnette
10	Roxane Bruneau	Jonathan Roy	Ginette Reno	Lost

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 pour l'année complète de 2021 ont été estimées à partir des données canadiennes et des données québécoises pour les 11 dernières semaines de 2021

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

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

Dans la collection *Optique culture*

Derniers numéros

n° 82	La fréquentation des cinémas en 2021	Mai 2022
n° 81	La fréquentation des institutions muséales en 2020	Février 2022
n° 80	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise en 2019-2020	Décembre 2021
n° 79	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2019 et 2020	Novembre 2021
n° 78	La fréquentation des cinémas en 2020	Septembre 2021
n° 77	Les ventes de livres en 2019 et 2020	Août 2021
n° 76	Le marché québécois de la musique enregistrée en 2020	Juillet 2021

Signes conventionnels

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

Notice bibliographique suggérée

FORTIER, Claude (2022). « Le marché québécois de la musique enregistrée en 2021 », *Optique culture*, [En ligne], n° 83, juin, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-24. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/marche-quebecois-musique-enregistree-2021.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

Avec la collaboration de :

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
2^e trimestre 2022
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