



optique culture

numéro 66 juin 2019

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2018

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

- Ventes de 4,7 millions d'unités d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums et pistes) en 2018, une baisse de 16 % par rapport à 2017 et de 53 % en 10 ans.
- Ventes de 3,0 M de CD (-17 % par rapport à 2017), de 1,0 M d'albums numériques (-11 %) et de 8,2 M de pistes numériques (-15 %).

Les produits québécois et les produits en français

- Hausse de la part de marché des produits québécois en 2018 :
 - La part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums augmente à 51 % en 2018 alors qu'elle était de 44 % en 2017.
 - Part québécoise selon le type de produits :
 - 61 % pour les ventes de CD ;
 - 23 % pour les ventes de produits numériques (45 % pour les albums numériques et 12 % pour les pistes numériques) ;
 - 71 % des albums québécois vendus sont des produits en français.
- Hausse de la part de marché des produits francophones en 2018 :
 - Les produits en français représentent 41 % des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums en 2018, un résultat supérieur à celui de 2017 (35 %).
 - Part francophone selon le type de produits :
 - 49 % pour les ventes de CD ;
 - 27 % pour les produits numériques (35 % pour les albums numériques et 13 % pour les pistes numériques) ;

Les palmarès en 2018 et l'écoute en continu

- Les albums d'artistes québécois occupent six des dix premières places au palmarès des ventes.
- Le marché des biens musicaux est en déclin au profit du marché des services d'écoute de musique en continu. Selon des sources externes, ces services auraient généré plus de 45 % des revenus de l'industrie musicale au Canada en 2017. Malheureusement, à ce jour, les données disponibles sur l'écoute de musique en continu permettant de produire des statistiques ne sont pas disponibles pour le Québec.

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores¹ pour la période de 2002 à 2018. On y traite des ventes d'albums sur supports physique (CD) et numérique ainsi que de celles des pistes musicales numériques. Le bulletin contient, entre autres, des renseignements sur la répartition de ces ventes selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

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

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan pour le marché québécois. 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 pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec durant l'année, et elles ne couvrent donc qu'une partie des ventes d'enregistrements sonores. En 2018, les ventes annuelles de ces 500 titres représentent 46 % des ventes pour les CD, 33 % pour les albums numériques et 22 % pour les pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, comme le CD représente la quasi-totalité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monopages (*singles* sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Les ventes de pistes numériques sont comptabilisées en équivalent d'albums selon un ratio de treize 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, treize pistes pour un album, 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'Observatoire.

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.

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.

Table des matières

3	Les ventes d'enregistrements musicaux en forte diminution
4	La part des produits québécois en hausse, dans un marché en baisse
7	La part des produits en français en hausse pour une troisième année
9	Détail des ventes
10	Les palmarès
11	Musique diffusée en continu : première source de revenus de l'industrie aux États-Unis

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro
\$	En dollars
k	En milliers
M	En millions
G	En milliards
r	Donnée révisée

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2019). « Les ventes des enregistrements sonores au Québec en 2018 », *Optique culture*, [En ligne], n° 66, juin, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-12. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-66.pdf].

Les ventes d'enregistrements musicaux en forte diminution

En 2018, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums³ s'élevaient à 4,7 M d'unités, en baisse de 16 % par rapport à 2017. Ces ventes se détaillent ainsi : 3,0 M de CD (-17 %), 1,0 M d'albums numériques (11 %) et 8,2 M de pistes numériques (-15 %) (tableau 1). Le taux de décroissance dans les deux chiffres pour tous les types d'enregistrements audio en 2018 est en continuité avec les résultats observés en 2016 (23 %) et 2017 (15 %) (figure 1). Depuis son sommet à 13 M en 2004, le nombre d'enregistrements audio en équivalent d'albums vendus annuellement s'est réduit de 64 %. Les premiers résultats de 2019 indiquent que la tendance se poursuit, avec une baisse des ventes globales de 13 % au 4 avril 2019 par rapport à la même période de 2018.

Les ventes de CD ont baissé de 77 % depuis le sommet de 2004, mais celles-ci comptent encore pour environ les deux tiers du marché des ventes d'enregistrements audio au Québec en 2018, et cette part se maintient

depuis quelques années. Cette diminution, selon notre hypothèse, se faisant au profit de celle du marché de l'écoute en continu. À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 M d'unités en 2004 à 5,6 M d'unités en 2018, soit une baisse de 85 %⁴, et le CD occupe maintenant 44 % du marché de la vente de biens musicaux, ce qui exclut les services musicaux en pleine croissance.

Les ventes d'albums numériques sont en baisse pour une troisième année consécutive, ce qui donne un recul des ventes de 47 % depuis 2015. Pour leur part, les ventes de pistes numériques sont en recul chaque année depuis le sommet de 16,9 M en 2013, pour une baisse cumulative des ventes de 52 %. Ces baisses successives des ventes de produits numériques semblent indiquer que le nombre de consommateurs qui se tournent vers l'abonnement à un service d'écoute de musique diffusée en continu (*streaming*) progresse constamment.

Les vidéos musicales : la contraction du marché se poursuit

Pour l'industrie musicale, la vente en format DVD d'une captation de spectacle a constitué une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales chutent encore plus rapidement que le CD. En 2018, il y a eu 19 800 unités vendues, soit une baisse de 97 % depuis le sommet de 2006 (785 000 unités). La possibilité de visionner une grande diversité de vidéos musicales sur Internet (YouTube, Dailymotion, etc.) pourrait expliquer cette situation (tableau 1).

Tableau 1 Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2009 à 2018

	2009 ¹	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variation 2018/2017
	k										%
Enregistrements audio en équivalent d'albums²	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	8 766,3	8 549,0	6 551,8	5 575,2	4 695,3	-15,8
Ensemble des albums	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	7 627,5	7 459,6	5 672,9	4 832,9	4 066,9	-15,8
Albums sur support physique ³	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	5 699,4	5 504,3	4 201,8	3 662,9	3 024,0	-17,4
Albums numériques	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	1 928,1	1 955,3	1 471,1	1 170,0	1 042,9	-10,9
Ensemble des pistes	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 951,6	14 804,6	14 161,8	11 426,2	9 649,8	8 168,6	-15,3
Pistes numériques téléchargées	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	14 770,2	14 114,9	11 413,4	9 640,1	8 155,9	-15,4
Disques monoplages (<i>singles</i>)	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	34,4	46,9	12,8	9,7	12,7	30,9
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	390,1	495,5	273,5	269,6	239,7	175,9	108,0	75,1	52,5	19,8	-62,3

1. L'année 2009 a été une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.

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

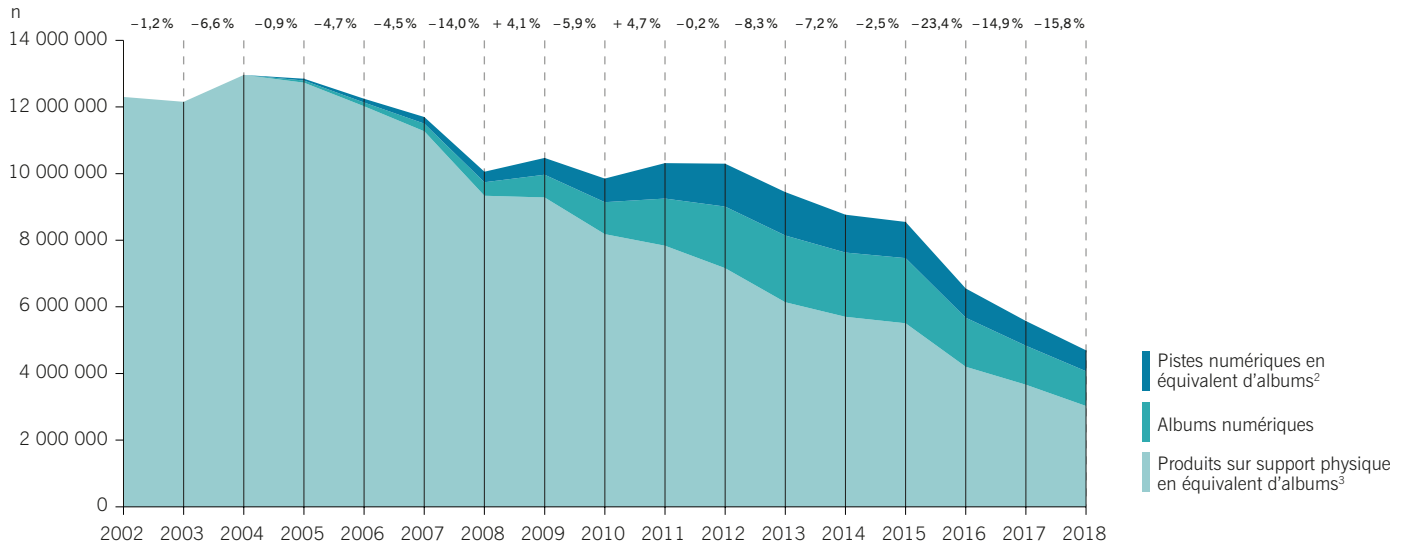
3. Comprenant les CD et les disques vinyle.

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

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

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

Figure 1 Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit¹ et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2018



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, treize pistes numériques équivalent à un album.
 3. Comprendant les albums et les disques monopages (treize disques monopages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyle.
- Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com

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

En 2018, la part de marché des produits québécois⁵ dans les ventes d'enregistrements audio est à 51 %, soit un nouveau sommet depuis l'ajout des produits numériques en 2008. En utilisant la part de marché détenue par les produits québécois, il est possible d'estimer, avec une relative précision, le nombre d'unités vendues de produits québécois, que ce soit pour les CD, les albums numériques, les pistes numériques ou l'ensemble des enregistrements audio⁶. Pour la première fois depuis l'ajout des ventes numériques en 2008, l'estimation des ventes d'enregistrements audio de produits québécois (2,4 M) est supérieure à celle des ventes de produits non québécois (2,3 M). Cela est attribuable au recul des ventes de 27 % pour les produits non québécois concomitants à un léger recul de 1 % pour les produits québécois.

La baisse plus forte des ventes pour les produits non québécois est observable à la fois pour le CD (-30 % par rapport à -7 %), les albums numériques (-27 % par rapport à +21 %) et les pistes numériques (-19 % par rapport à +39 %).

Après un sommet de 6,6 M d'unités en 2004, les ventes de produits québécois d'enregistrements audio se sont chiffrées en moyenne à 3 M d'unités de 2014 à 2018, comparativement à 3,8 M d'unités pour les produits non québécois (figure 2). En 2013, les 3,6 M d'enregistrements vendus ont permis aux produits québécois d'occuper 38 % du marché. Cinq ans plus tard, la part des produits québécois dans les enregistrements audio est de 51 % même si les ventes sont en baisse, à 2,4 M.

Les CD

La part des produits québécois dans les ventes de CD atteint un nouveau sommet, en 2018, à 61 %. Depuis l'arrivée des produits numériques, la part québécoise dans le marché du CD se situait jusqu'à tout récemment autour de 50 %. Cependant, depuis 2014, cette part est constamment au-dessus de 50 % et tend à augmenter, dans un contexte de baisse globale des ventes. Sur cinq ans, la baisse des ventes de CD québécois est estimée à 38 % et celle des CD non québécois à 63 %. L'hypothèse est qu'une partie importante des achats de CD non québécois s'est déplacée dans un premier temps vers l'achat de produits numériques et plus récemment vers l'écoute de musique en continu.

5. Pour être considéré comme québécois, un produit doit être artistiquement québécois (origine de l'artiste) ou industriellement québécois (origine de la maison de disques).
 6. 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, no 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.

Les albums numériques

Parmi les ventes d'albums numériques, la part des produits québécois se situe à 45 % en 2018, en forte hausse par rapport à 2017 (33 %), pour des ventes estimées à 466 000 unités.

Cette situation s'explique par la hausse des ventes d'albums numériques québécois (21 %) et la baisse des ventes d'albums numériques non québécois (27 %) en 2018.

Les pistes numériques

La part des produits québécois dans les ventes de pistes numériques, en hausse en 2018 (12 % en 2018 comparativement à 7 % en 2017), demeure marginale et s'inscrit dans la tendance des dernières années. Cette hausse de la part de marché s'explique par une croissance estimée de 39 % des ventes de pistes québécoises et d'un recul de 19 % des pistes non québécoises. La présence de seulement 72 pistes québécoises parmi les 500 pistes les plus vendues en 2018 rappelle tout de même la place marginale des produits québécois pour ce format (figure 3). Bref, la part des produits québécois dans le marché du numérique est de 32 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 61 % dans le marché du CD (figure 4).

En bref

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 à l'aide d'un réseau de production et de distribution local bien structuré et de la mise en valeur des artistes d'ici dans les médias. L'arrivée de la musique dématérialisée est venue bousculer le CD et l'industrie québécoise par ricochet, qui n'arrive plus à occuper le même espace sur ce nouveau mode de consommation. Dix ans plus tard, les ventes de produits numériques sont aussi en perte de vitesse, en raison de la popularité croissante de l'écoute de musique en continu. Ainsi, la part québécoise est en hausse pour tous les types de produits, mais dans un marché où l'ensemble de ces produits vendus sont en baisse devant une croissance soutenue des services de musique en continu, pour lesquels les données brutes ne sont pas disponibles.

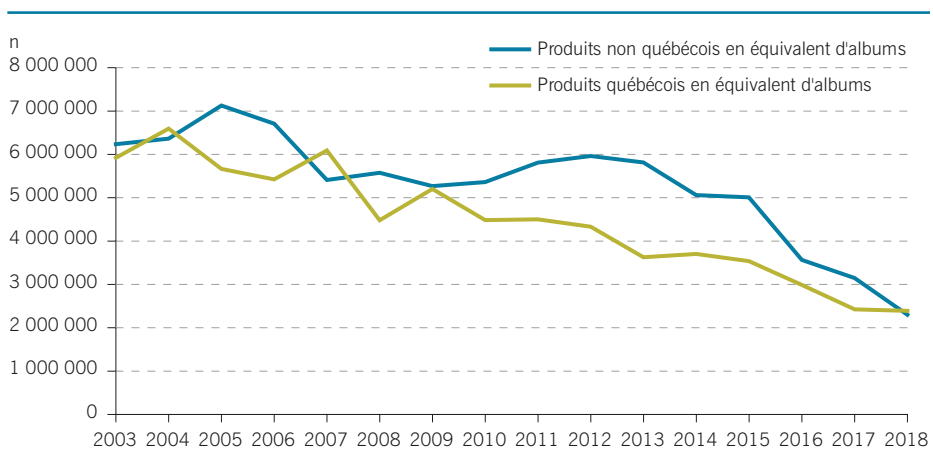
Tableau 2 Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹ selon le type de support, Québec, 2016 à 2018

	2016	2017	2018
	%		
Dimension artistique²			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	39,8	37,5	44,0
Ensemble des albums	45,9	43,8	48,5
Albums sur support physique ⁴	48,0	45,4	51,0
Albums numériques	35,5	32,4	43,8
Pistes numériques téléchargées	7,7	6,3	10,6
Dimension industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	35,0	39,2	47,7
Ensemble des albums	40,4	45,8	52,9
Albums sur support physique ⁴	43,2	49,1	57,4
Albums numériques	28,8	29,2	41,7
Pistes numériques téléchargées	6,0	6,3	11,1
Dimensions artistique² ET industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	29,1	33,2	41,2
Ensemble des albums	33,5	38,9	45,7
Albums sur support physique ⁴	34,3	40,1	47,8
Albums numériques	28,5	28,8	40,8
Pistes numériques téléchargées	5,3	5,6	10,1
Dimensions artistique² OU industrielle⁵			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ³	45,6	43,5	50,5
Ensemble des albums	52,8	50,7	55,8
Albums sur support physique ⁴	56,8	54,3	60,5
Albums numériques	35,8	32,9	44,7
Pistes numériques téléchargées	8,4	7,0	11,5

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

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen.com
 Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

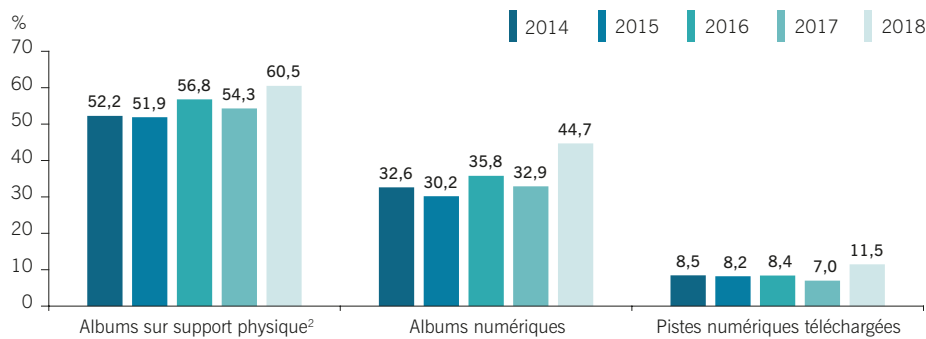
Figure 2 Ventes en équivalent d'albums^{1,2} selon la provenance, Québec, 2003 à 2018



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

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

Figure 3 Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2014 à 2018



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

2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

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

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

Tableau 3 Part des produits québécois parmi les ventes d'albums^{1,2}, Québec, 2009 à 2018

Année	Dimension artistique ³	Dimension industrielle ⁴	%	
			Dimensions artistique ³ ET industrielle ⁴	Dimension artistique ³ OU industrielle ⁴
2009	48,4	48,9	44,9	52,4
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,3
2014	45,5	41,5	38,4	48,6
2015	44,5	44,8	41,5	47,9
2016	45,9	40,4	33,5	52,8
2017	43,8	45,8 ^r	39,0 ^r	50,7
2018	48,5 ^r	52,9	45,7	55,8

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.

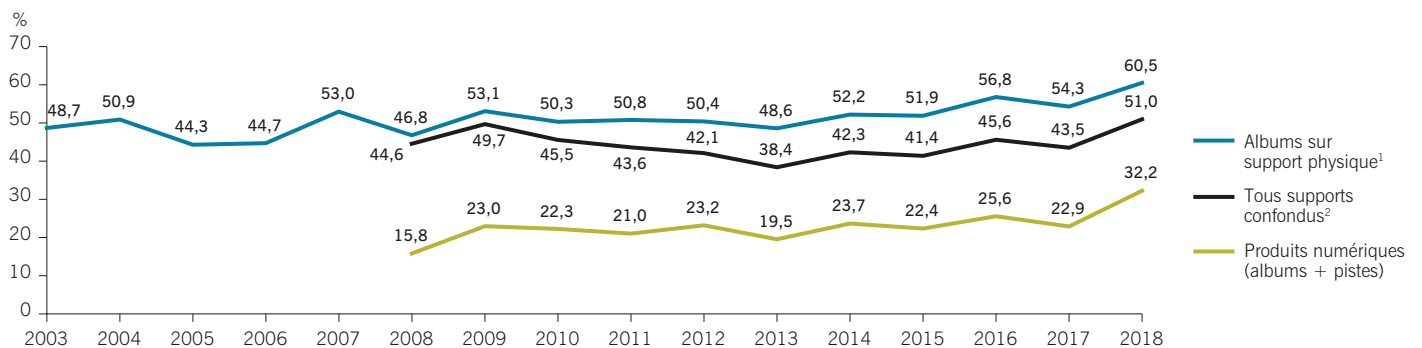
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.

4. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

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

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

Figure 4 Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2018



1. Comprenant les CD et les disques vinyle.

2. Excluant les disques monoplages.

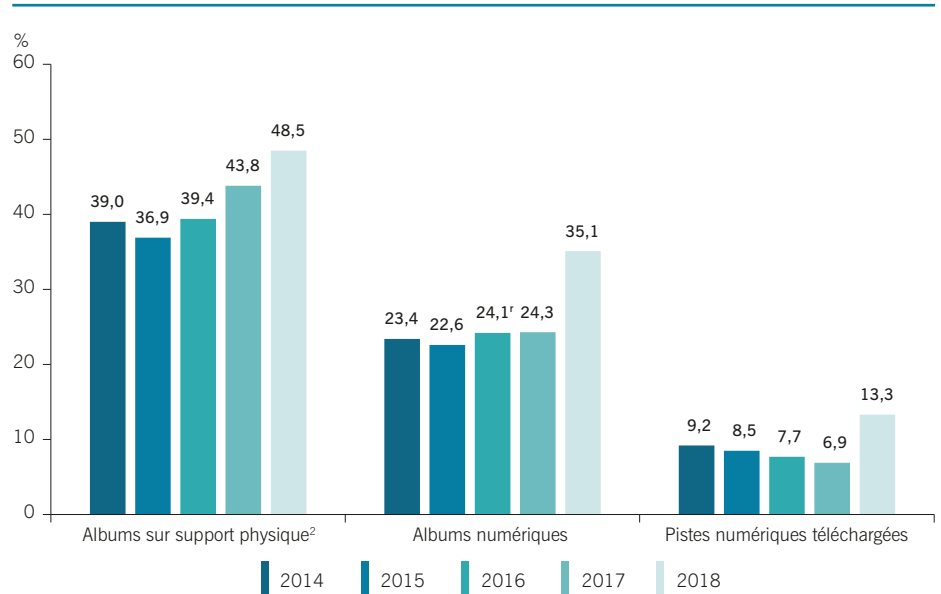
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)

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

La part des produits en français en hausse pour une troisième année

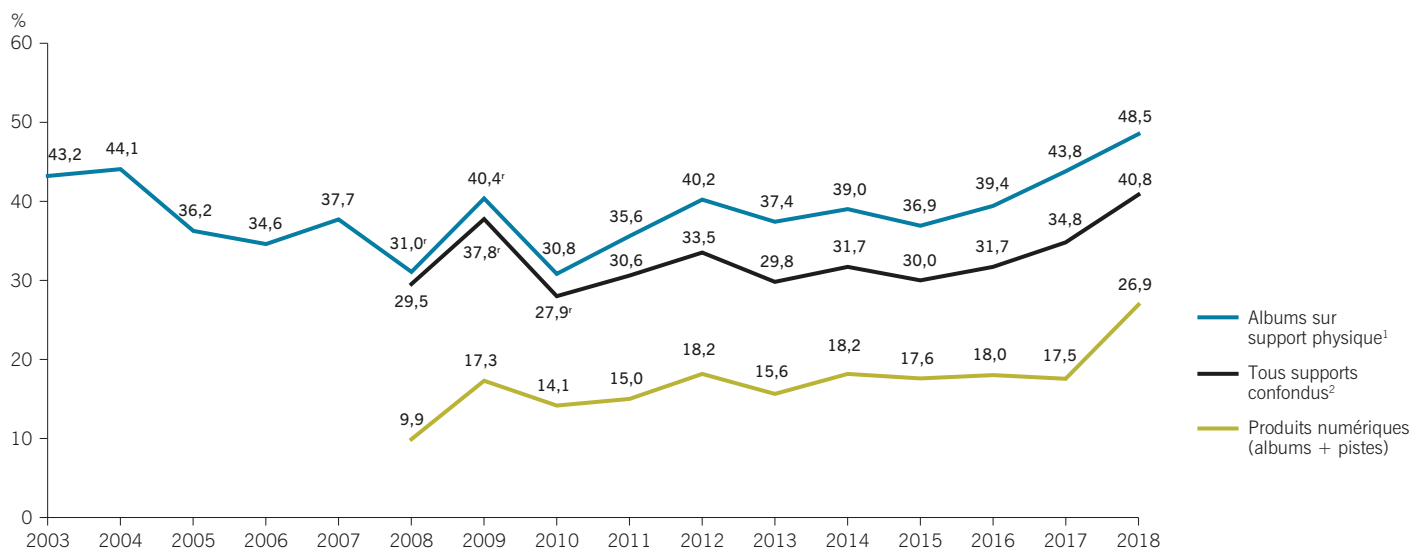
En 2018, la part des produits en français dans les ventes d'enregistrements audio se situe à 41 % pour l'ensemble des supports, en hausse pour une troisième année. Ce résultat est supérieur à celui de 2017 (35 %) et à la moyenne des cinq dernières années (33 %). Cette croissance s'explique par un fort recul des produits en anglais (4,3M en 2016, 3,4M en 2017 et 2,5M en 2018) comparativement aux produits en français (2,1M en 2016, 1,9M en 2017 et 2018) (figure 6).

Figure 5 Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio¹, selon le type de support, Québec, 2014 à 2018



1. La part des ventes détenue par les enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
 2. Comprenant les CD et les disques vinyle.
 Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)
 Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 6 Part des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2018



1. Comprenant les CD et les disques vinyle.
 2. Excluant les disques monoplages.
 Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](#)
 Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La part des CD en français dans les ventes se situe à 49 %, en hausse depuis trois ans. Cette part a oscillé entre 30 % et 40 % de 2005 à 2016 avant de grimper au-dessus de 40 % depuis 2017 en raison de la plus faible baisse des ventes de CD dans cette langue (figure 5). La part francophone en 2018 est de 35 % pour les albums numériques et de 13 % pour les pistes numériques, pour une part globale de 27 % pour l'ensemble des produits numériques. C'est la première fois depuis 2008 que cette part passe au-dessus de 20 %.

Tableau 4 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement¹, Québec, 2016 à 2018

	Support physique ²			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus ³		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
	%											
Enregistrements audio québécois⁴												
En français	37,8	39,7	43,3	22,7	22,1	31,1	6,1	5,6	9,9	30,2	31,4	36,1
En anglais	16,2	11,5	11,6	12,8	9,7	9,9	2,3	1,4	1,7	13,6	9,7	9,9
Dans une autre langue ou sans paroles	2,8	3,2	5,6	0,4	1,2	3,7	–	–	0,0	1,9	2,4	4,4
Enregistrements audio non québécois												
En français	1,6	4,2	5,2	1,5	2,2	4,0	1,6	1,2	3,5	1,6	3,4	4,7
En anglais	41,2	40,5	32,5	62,2	62,2	49,5	89,0	83,3	79,6	52,3	50,7	42,6
Dans une autre langue ou sans paroles	0,4	1,0	1,8	0,5	2,7	1,8	1,1	8,4		0,5	2,4	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.

2. Comprenant les CD et les disques vinyle.

3. Comprenant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.

4. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

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

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

Tableau 5 Répartition des ventes d'albums¹ selon la provenance et la langue d'enregistrement², Québec, 2009 à 2018

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	%									
Albums québécois³										
En français	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7	34,6	36,8	39,9
En anglais	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7	15,9	11,3	10,9
Dans une autre langue ou sans paroles	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5	2,4	2,6	5,0
Albums non québécois										
En français	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0	1,6	3,6	4,6
En anglais	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8	45,2	44,4	38,2
Dans une autre langue ou sans paroles	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3	0,5	1,3	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.

3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

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

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

Marché de l'album québécois

La part des albums en français parmi les albums québécois vendus se situe à 71 % en 2018, en recul par rapport à 2017 (73 %), mais demeure supérieure à la moyenne des cinq dernières années (68 %) grâce, notamment, au succès d'albums comme *À jamais* de Ginette Reno, *Délivrance* d'Éric Lapointe et *Après* de Fred Pellerin (figure 7). La part des albums en anglais se situe à 20 %, en recul par rapport à 2016 (30 %) et 2017 (22 %).

Détail des ventes

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

Les ventes d'enregistrements audio diminuent de 880 000 unités de 2017 à 2018 et cette baisse se détaille ainsi :

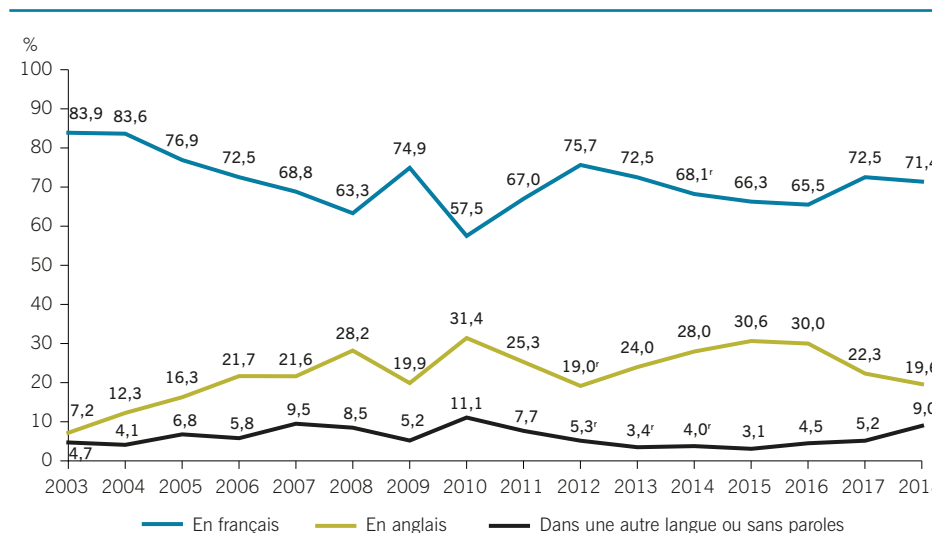
Produits québécois

- CD en français : -140 000 unités (-10 %)
- CD en anglais : -70 000 unités (-16 %)
- Albums numériques francophones : +65 000 unités (+26 %)
- Albums numériques anglophones : -10 000 unités (-9 %)

Produits non québécois

- CD en français : +5 000 unités (+3 %)
- CD en anglais : -500 000 unités (-34 %)
- Albums numériques francophones : +15 000 unités (+59 %)
- Albums numériques anglophones : -210 000 unités (-29 %)

Figure 7 Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2018

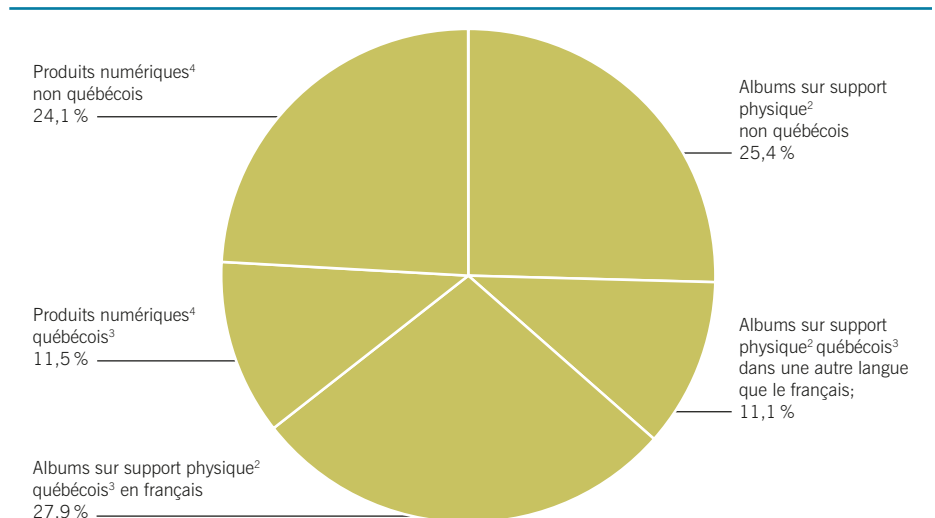


Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
 Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Ce détail permet de voir l'effet du recul des ventes de CD non québécois en anglais (-500 000 unités) et des albums numériques en anglais (-210 000 unités) sur le portrait général. Malgré une diminution des ventes globales, y compris le CD francophone québécois (-10 %), on note tout

de même une augmentation des achats d'albums numériques francophones québécois (+26 %) et non québécois (+59 %). Ces résultats expliquent la hausse des parts de marché pour les produits québécois et les produits francophones.

Figure 8 Répartition des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums¹ selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2018



1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
 2. Comprenant les CD et les disques vinyle.
 3. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
 4. Comprenant les albums numériques et les pistes numériques.
 Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
 Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les palmarès

Voici quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2018, soit ceux de l'ensemble des albums, des albums québécois, des albums numériques et des pistes numériques. À noter que des palmarès plus détaillés sont présentés sur le site Web de l'Observatoire.

Palmarès des albums

En 2018, sur les 20 albums les plus vendus, 15 titres sont québécois (13 en 2017) et 9 titres ont le français comme langue d'enregistrement (11 en 2017). Une artiste, Guylaine Tanguay, a réussi à placer deux albums, *Que les fêtes commencent* et *3764 Elvis Presley Boulevard* parmi les 20 albums les plus vendus. Globalement, la présence des albums québécois au sein du palmarès s'est maintenue en 2018 (tableau 6).

Palmarès des albums québécois

Parmi les 20 albums québécois les plus vendus en 2018, 12 ont le français comme langue d'enregistrement (15 en 2017) et six ont l'anglais (cinq en 2017), et deux sont dans une autre langue (aucun en 2017). Comme chaque année, les meilleurs vendeurs parmi les albums québécois sont ceux en français, et ils occupent quatre des cinq premières places (tableau 7).

Tableau 6 Liste des albums les plus vendus^{1,2}, Québec, 2018

Rang	Titre ³	Artiste ²	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	À jamais	Ginette Reno	Français	Québec	Québec
2	Délivrance	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
3	Après	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
4	L'attrape-rêves	Christophe Maé	Français	Autre	Autre
5	A Star is Born Soundtrack	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
6	Love	Michael Bublé	Anglais	Autre	Autre
7	Inscape	Alexandra Strélski	Autre	Québec	Québec
8	Quand les hommes vivront d'amour	Les Prêtres	Français	Québec	Québec
9	Divide	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
10	La route	2Frères	Français	Québec	Québec
11	Nos chansons	Marc Hervieux	Autre	Québec	Québec
12	Que les fêtes commencent	Guylaine Tanguay	Anglais	Québec	Québec
13	Main Girl (microalbum)	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
14	3764 Elvis Presley Boulevard	Guylaine Tanguay	Anglais	Québec	Québec
15	Nos incontournables – Les grands disparus	Compilation	Français	Québec	Québec
16	Shawn Mendes	Shawn Mendes	Anglais	Autre	Autre
17	En cas de tempête, ce jardin sera fermé	Coeur de pirate	Français	Québec	Québec
18	C'est si bon à Noël	Claude Saucier	Anglais	Autre	Québec
19	Elle et moi	Marie-Mai	Français	Québec	Québec
20	20 plus grand succès : Les meilleurs moments des années 60	Compilation	Anglais	Autre	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'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

3. Les lignes en gras sont des produits québécois.

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

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

Tableau 7 Liste des albums québécois les plus vendus^{1,2}, Québec, 2018

Rang	Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
québécois	général					
1	1	À jamais	Ginette Reno	Français	Québec	Québec
2	2	Délivrance	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
3	3	Après	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
4	7	Inscape	Alexandra Strélski	Autre	Québec	Québec
5	8	Quand les hommes vivront d'amour	Les Prêtres	Français	Québec	Québec
6	10	La route	2Frères	Français	Québec	Québec
7	11	Nos chansons	Marc Hervieux	Autre	Québec	Québec
8	12	Que les fêtes commencent	Guylaine Tanguay	Anglais	Québec	Québec
9	13	Main Girl (microalbum)	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
10	14	3764 Elvis Presley Boulevard	Guylaine Tanguay	Anglais	Québec	Québec
11	15	Nos incontournables – Les grands disparus	Compilation	Français	Québec	Québec
12	17	En cas de tempête, ce jardin sera fermé	Coeur de pirate	Français	Québec	Québec
13	18	C'est si bon à Noël	Claude Saucier	Anglais	Autre	Québec
14	19	Elle et moi	Marie-mai	Français	Québec	Québec
15	20	20 plus grand succès : Les meilleurs moments des années 60	Compilation	Anglais	Autre	Québec
16	21	Deux cents nuits à l'heure	Fiori-Séguin	Français	Québec	Autre
17	23	Le meilleur de Tom Jones & Engelbert Humperdinck	Tom Jones & Engelbert Humperdinck	Anglais	Autre	Québec
18	24	Dysphorie	Roxane Bruneau	Français	Québec	Québec
19	25	Désherbage	Tire le coyote	Français	Québec	Québec
20	27	Depuis longtemps	Yoan	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent 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'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

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

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

Palmarès des albums numériques

Parmi les dix albums numériques les plus vendus au Québec en 2018, six sont québécois et quatre ont le français comme langue d'enregistrement. Le nombre d'albums numériques québécois est de 193 parmi les 500 albums les plus vendus (154 albums en 2017), un sommet depuis 2008 (tableau 8).

Palmarès des pistes numériques

La présence d'une seule piste québécoise, à la 10^e position, parmi les dix pistes numériques les plus téléchargées en 2018 illustre clairement la faiblesse des ventes de musique québécoise dans ce format. Au palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 72 pistes sont québécoises (58 en 2017), ce qui est largement en deçà du nombre de produits québécois parmi les 500 CD les plus vendus (245) ou les 500 albums numériques (193) (tableau 9).

Tableau 8 Liste des albums numériques les plus vendus¹, Québec, 2018

Rang	Titre ²	Artiste ²	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Windows in the Sky	Alex Henry Foster	Anglais	Québec	Québec
2	Délivrance	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
3	A Star is Born Soundtrack	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
4	Inscape	Alexandra Stréliski	Autre	Québec	Québec
5	Kamikaze	Eminem	Anglais	Autre	Autre
6	Une année record	Loud	Français	Québec	Québec
7	Shawn Mendes	Shawn Mendes	Anglais	Autre	Autre
8	Divide	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
9	La route	2Frères	Français	Québec	Québec
10	Après	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec

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

2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

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

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

Tableau 9 Liste des pistes numériques les plus vendues¹, Québec, 2018

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Il est où le bonheur	Christophe Maé	Français	Autre	Autre
2	Échame la Culpa	Luis Fonsi & Demi Lovato	Autre	Autre	Autre
3	Perfect	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
4	Havana (feat. Young Thug)	Camila Cabello	Anglais	Autre	Autre
5	Shallow	Lady Gaga, Bradley Cooper	Anglais	Autre	Autre
6	Zombie	Bad Wolves	Anglais	Autre	Autre
7	Body	Loud Luxury feat. Brando	Anglais	Autre	Autre
8	One Kiss	Calvin Harris & Dua Lipa	Anglais	Autre	Autre
9	Girls Like you (feat. Cardi B)	Maroon 5	Anglais	Autre	Autre
10	Toutes les femmes savent danser	Loud	Français	Québec	Québec

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

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

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

Musique diffusée en continu : première source de revenus de l'industrie aux États-Unis

Évoquée pour la première fois par l'Observatoire au printemps 2009⁷, la profonde transformation du marché de la musique au Québec se caractérisait par la baisse tendancielle des ventes de CD et la croissance de celles des produits numériques téléchargeables. Cette situation s'expliquait par l'adoption progressive de nouvelles habitudes de consommation musicale chez les Québécois en

raison de l'attrait des produits numériques, moins chers à l'achat et plus pratiques pour l'écoute nomade de musique.

Depuis quelques années, un produit encore moins cher et offrant de nouvelles fonctionnalités est en pleine expansion : les services d'écoute de musique en continu. Tout en conservant les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, l'abonnement à un

service de musique en continu permet l'accès, à volonté, à des millions de titres d'un simple clic. L'utilisateur ne paye plus pour sa consommation, mais pour l'accès à des produits musicaux. Le développement de ces services est le principal facteur qui explique la baisse des ventes des produits numériques depuis 2014, qui tend à s'accélérer avec des reculs de 23 % en 2016, de 19 % en 2017 et de 13 % en 2018. Selon des analystes, le nombre d'écoutes de musique

7. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref*, [En ligne], n° 52, novembre, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-28. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/stat-bref52.pdf].



OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document
est consultable à l'adresse suivante :
www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement

Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claudio.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal

ISSN: 1925-4199 (version imprimée)

ISSN: 1925-4202 (en ligne)

2^e trimestre 2019

© Gouvernement du Québec,

Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de
consultation personnelle est interdite sans
l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut
de la statistique

Québec



audio diffusée en continu est en hausse de 49 % en 2018 aux États-Unis, s'établissant à 611 G (tableau 10). Les revenus provenant de l'écoute en continu⁸ aux États Unis ont connu une croissance de 30 % en 2018. Ce mode de consommation musicale est maintenant la principale source de revenus de l'industrie de la musique, avec 75 % des revenus, devant les produits physiques (12 %), le téléchargement numérique (11 %) et les droits de synchronisation⁹ (3 %)¹⁰. Les données concernant le Canada indiquent une hausse de 47 %¹¹ du nombre d'écoutes de musique audio diffusée en continu de 2017 à 2018.

Malheureusement, à ce jour, peu de données statistiques sur les services d'écoute de musique en continu sont disponibles pour le Québec. Cependant, les données disponibles pour les États-Unis et le Canada permettent, sans trop de risque, de faire l'hypothèse qu'une quantité croissante de consommateurs québécois adopte ces services.

Il est cependant plus difficile d'estimer la part de la musique québécoise parmi les millions d'écoutes effectuées par les utilisateurs du Québec. Les produits québécois constituent une part congrue des millions de pistes offertes par ces services, les principales plateformes de diffusion ayant un caractère transnational (Spotify, Apple Music, Google Play Music, etc.), tout comme les plateformes d'achat d'albums ou de pistes numériques. Dans ces conditions, l'écoute de la musique en continu d'origine québécoise demeure difficile à quantifier.

Tableau 10 Nombre d'écoutes audio en continu et revenus, Canada et États-Unis, 2015 à 2018

		2015	2016	2017	2018	Variation 2018/ 2017
						%
Canada						
Écoutes audio	G	7,5	22,9	40,2	59,0	46,7
Revenus de l'écoute en continu ¹	M\$	66,2	173,3	260,2
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus	%	15,3	34,8	45,7
États-Unis						
Écoutes audio	G	142,8	252,3	410,1	611,0	49,0
Revenus de l'écoute en continu ¹	M\$	2 334,1	3 962,1	5 664,5	7 366,8	30,1
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus	%	34,0	51,4	64,4	74,8	...

1. Les revenus de l'écoute 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 Google Play Musique, etc.), et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Vevo, la version avec publicité de Spotify, etc.).

Sources : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. [nielsen](http://nielsen.com) ; Music Canada (musiccanada.com/resources/statistics) ; Recording Industry Association of America.

8. Les revenus de l'écoute 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.).

9. Redevances provenant de l'utilisation d'une œuvre musicale sur la bande sonore d'une œuvre audiovisuelle (film, émission de télévision, vidéo de musique, jeu vidéo, annonce publicitaire).

10. Source : Recording Industry Association of America.

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