

HEC MONTRÉAL

**« Ça ne sert à rien d'aller à l'école pour avoir du succès : l'impact de l'éducation et
des antécédents familiaux sur la performance des musiciens. »**

par

Audrey Steren Lenoir

**Sciences de la gestion
(Option marketing)**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences en gestion
(M. Sc.)*

Aout, 2019

© Audrey Steren Lenoir, 2019

Résumé

Qu'est-ce qui explique le succès de certains musiciens ? Certains artistes qui évoluent dans l'industrie de la musique ont fait leurs premiers pas dans ce commerce par défaut, car baignant déjà un environnement familial artistique. Tandis que d'autres, afin de faire carrière dans ce domaine, ont fait des études professionnelles en musique. Certains se sont assuré un succès commercial inégalé et d'autres n'ont pas eu cette chance.

La littérature actuelle démontre que l'environnement dans lequel les enfants grandissent à un impact sur leurs choix de carrière ou leurs habiletés (comme avec la musique par exemple), et que la formation professionnelle à un impact sur le salaire d'un artiste et ses opportunités grâce aux contacts que ce dernier se fait dans le milieu. Cependant, peu d'études ont été faites concernant les variables qui pourraient avoir une influence sur le succès commercial d'un artiste de la musique.

Ainsi, afin de savoir si la famille ou la formation professionnelle à un quelconque impact sur le succès commercial, nous avons réalisé une étude quantitative. Nous avons créé une base de données réunissant 399 artistes américains en y incluant différentes variables de contrôle qui peuvent avoir une influence sur le succès commercial. Les résultats de notre étude démontrent qu'une formation professionnelle en musique aurait un effet positif sur le nombre de grammy remporté en interaction avec l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album. Tandis que, le fait d'avoir une famille dans le domaine musical ou d'avoir pu développer et acquérir les habiletés musical grâce à l'héritage familial (capital humain), aurait certains impacts sur le succès commercial d'un artiste.

Mots clés : musique, formation professionnelle en musique, famille d'artiste, succès commercial, ventes d'albums.

Table des matières

| | |
|--|------|
| Formulaire d'éthique en recherche – CER | ii |
| Résumé | iii |
| Table des matières | iv |
| Liste des tableaux et des figures | vi |
| Liste des tableaux | vi |
| Liste des figures | vi |
| Liste des abréviations | viii |
| Avant-propos | ix |
| Remerciements | x |
| Introduction, mise en contexte et problématique | 1 |
| Chapitre 1 : Revue de littérature | 3 |
| 1.1 Le commencement : définir le succès commercial | 4 |
| 1.2 L'influence de la famille | 5 |
| 1.3 La formation professionnelle et ses impacts | 7 |
| 1.4 Les autres influenceurs du succès commercial | 9 |
| Chapitre 2 : Le cadre conceptuel, les variables de l'étude et les hypothèses | 11 |
| 2.1 Cadre conceptuel | 12 |
| Chapitre 3 : Méthodologie et résultats | 14 |
| 3.1 Méthode : Présentation des variables de la base de données | 15 |
| 3.1.1 Les variables indépendantes | 16 |
| 3.1.2 Les variables de contrôle | 17 |
| 3.1.3 Les variables dépendantes | 19 |
| 3.2 Dictionnaire des données et méthodes d'analyse | 21 |
| 3.2.1 Méthodes d'analyse | 22 |
| Chapitre 4 : Analyses des résultats | 25 |
| 4.1 Analyses des résultats | 26 |
| 4.1.1 La famille artistique et le succès commercial | 26 |
| 4.1.2 La formation professionnelle en musique et le succès commercial | 42 |
| 4.3 Conclusion des analyses | 47 |
| Chapitre 5 : Conclusion | 48 |
| 5.1 L'apport de l'étude | 49 |
| 5.2 Les limites de l'étude | 50 |

| | |
|--|--------|
| Bibliographie | 52 |
| Annexes | xi |
| Annexe 1 | xi |
| Dictionnaire des données | xi |
| Annexe 2 | xii |
| Résultats régression 1 | xii |
| Résultats régression 2 | xiv |
| Résultats régression 3 | xvi |
| Résultats régression 4 | xviii |
| Résultats régression 5 | xx |
| Résultats régression 6 | xxii |
| Résultats régression 7 | xxiv |
| Résultats régression 8 | xxvi |
| Résultats régression 9 | xxviii |
| Résultats régression 10 | xxx |
| Annexe 3 | xxxii |
| Graphiques des autres résultats de la seconde hypothèse | xxxii |
| Le nombre d’albums vendus et le mois de lancement du meilleur album | xxxii |
| Le nombre d’albums vendus et l’année de lancement du meilleur album | xxxii |
| L’âge et le nombre d’auditeurs Spotify par mois | xxxiii |
| L’âge et le nombre de fans total | xxxiii |
| Le genre musical et le nombre de grammys remportés | xxxiv |
| Le nombre de grammys remportés et l’âge de l’artiste lors du lancement de son meilleur album | xxxiv |

Liste des tableaux et des figures

Liste des tableaux

| | |
|---|----|
| Tableau 1 : Les variables indépendantes..... | 16 |
| Tableau 2 : Les variables de contrôles | 18 |
| Tableau 3 : Classification des genres musicaux..... | 19 |
| Tableau 4 : Les variables dépendantes | 19 |
| Tableau 5 : Liste des régressions effectuées..... | 23 |
| Tableau 6 : Résultats des régressions pour la famille artistique (H1)..... | 27 |
| Tableau 7 : Résultats des régressions pour la formation professionnelle en musique (H2)..... | 43 |

Liste des figures

| | |
|---|----|
| Figure 1 : Le cadre conceptuel..... | 13 |
| Figure 2 : La famille artistique et le nombre de fans total..... | 33 |
| Figure 3 : La famille artistique et le nombre de fans sur les réseaux sociaux..... | 33 |
| Figure 4 : La famille artistique et le nombre d'abonnés sur Facebook..... | 34 |
| Figure 5 : La famille artistique, le décès et le nombre d'albums vendus..... | 34 |
| Figure 6 : Le nombre d'albums vendus pour le meilleur album, la famille artistique et le décès | 35 |
| Figure 7 : La famille artistique, et le sexe avec le nombre de fans total..... | 35 |
| Figure 8 : La famille artistique, l'âge et le nombre de fans total..... | 36 |
| Figure 9 : La famille artistique, le sexe et le nombre de fans sur les réseaux sociaux..... | 36 |
| Figure 10 : La famille artistique, l'âge et le nombre de fans sur les réseaux sociaux..... | 37 |

| | |
|--|----|
| Figure 11 : La famille artistique, l'âge et le nombre d'abonnés sur Facebook..... | 37 |
| Figure 12 : L'âge et le nombre d'albums vendus..... | 38 |
| Figure 13 : L'âge et le nombre d'auditeurs Spotify par mois..... | 38 |
| Figure 14 : L'âge et le nombre de fans total..... | 39 |
| Figure 15 : L'âge et le nombre de fans sur les réseaux sociaux..... | 39 |
| Figure 16 : L'âge et le nombre de fans sur Facebook..... | 40 |
| Figure 17 : Le genre et le nombre d'albums vendus pour le meilleur album..... | 40 |
| Figure 18 : Le sexe et le nombre de fans sur les réseaux sociaux..... | 41 |
| Figure 19 : La famille artistique, le sexe et le nombre d'abonnés sur Facebook..... | 41 |
| Figure 20 : Le nombre de grammys remportés, l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album et la formation professionnelle en musique..... | 46 |

Liste des abréviations

B.D = base de données

F.B = *fans base*

RIAA = *Recording Industry Association of America*

Avant-propos

Ce mémoire a été rédigé dans le cadre de l'obtention du diplôme de Maitrise en Sciences de la gestion en marketing de HEC Montréal. Il étudiera l'impact de la formation professionnelle et des antécédents familiaux sur le succès commercial des musiciens.

L'industrie musicale générant 17.3 millions de dollars en chiffres d'affaires (IFPI, 2018), nous nous sommes intéressés à savoir si le succès de certains musiciens serait dû aux antécédents familiaux ou au fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique.

Cette étude veut mettre en évidence les éléments qui contribuent aujourd'hui au succès commercial de certains artistes, mais aussi l'impact de certains éléments externes tel que la formation professionnelle ou les antécédents familiaux.

Les obstacles rencontrés dans ce mémoire sont en particulier reliés aux données quantitatives qui peuvent avoir changé pour certaines variables au moment où vous lisez ce texte (par exemple : le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux). De plus, bien que le choix des artistes dans notre base de données ait été fait de manière aléatoire, tous ont au moins un disque d'or. Mais nous avons dû nous contenter de cette limite, car le nombre d'albums étant indispensable pour notre recherche, le site le plus fiable fournissant cette information disposait de celle-ci uniquement pour les artistes ayant au moins un disque d'or.

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la rédaction de ce mémoire.

Je voudrais dans un premier temps remercier, mon directeur de mémoire M. Danilo Dantas de HEC Montréal, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion. C'est grâce à votre passion et votre dévouement que j'ai pu aboutir à ce mémoire.

J'adresse mes sincères remerciements au corps enseignants, aux intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et ont accepté de me rencontrer et de répondre à mes questions durant mes recherches.

Je tiens à témoigner toute ma reconnaissance à mes parents et mon frère qui m'ont toujours épaulé dans mes choix et m'ont poussé à donner le meilleur de moi. Je tiens aussi à remercier l'équipe exécutif de l'AECS 2018-2019 qui m'a permis de me détendre aux 5 à 9 mais qui m'a aussi permis de faire de nouvelles connaissances qui m'ont définitivement aidé dans l'accomplissement de ce projet.

C'est grâce à vous tous si ce mémoire a enfin pu voir le jour et je ne vous en remercierai jamais assez.

Introduction, mise en contexte et problématique

La musique nous transporte depuis notre plus tendre enfance. Que ce soit avec des comptines que nous avons apprises, les chansons de nos dessins animés favoris ou encore lors de certains moments de notre vie. Pour certains, la musique sert au besoin d'appartenance (Peretz, 2000), permet d'avoir une identité (Deschênes, 1990) ou d'être une référence culturelle (Boer et al., 2013). Mais surtout, elle nous fait vivre des émotions (Argstatter, 2016) et nous accompagne pratiquement partout. En effet, 91% des américains écoutent de la musique environ 24 heures par semaine (Nielsen, 2016). Et aujourd'hui, 75% des personnes l'écoutent sur leurs téléphones mobiles, 66% en écoutent dans la voiture, 54% en allant au travail ou à l'école et 63% en relaxant à la maison. (IFPI, 2018). Vous l'aurez compris, la musique fait désormais partie intégrante de nos vies.

Et pourtant, la musique, si inoffensive qu'elle puisse paraître, cache derrière elle une industrie gigantesque estimée à 17.3 millions de dollars en chiffres d'affaires (IFPI, 2018). Les émissions liées à cette industrie attirent de plus en plus d'auditeurs et de *fans*. Pour vous donner une petite idée, les *Grammy Awards Show* ont atteint 17.95 millions d'auditeurs en 2019 (Statista, 2019). Cependant, la plupart du temps, c'est la voix des chanteurs que nous retenons, leurs personnes et l'image qu'ils dégagent. Ces marques-personnes déplacent des foules et ont un coût. En effet, 32% des 18 à 34 ans dépensent pour se rendre à un concert (Nielsen, 2016). Pourtant, malgré le talent purement musical, ce ne sont pas tous les artistes qui connaissent un tel succès.

Aujourd'hui, la recette du succès commercial n'est peut-être pas seulement due au talent. Grâce à Deezer, Spotify, iTunes, Facebook, Twitter ou encore Instagram, les artistes peuvent désormais avoir des millions de *fans* à travers le monde... ou pas. Et pour y parvenir, certains ont dû apprendre à développer leurs talents en allant dans des écoles spécialisées ou dans des conservatoires de musique ; et en travaillant fort en espérant, peut-être, avoir la même chance et le même succès que Justin Bieber qui a été découvert sur YouTube. (Driessens, 2013). Tandis que d'autres sont nés, malgré eux (ou pas), dans un environnement qui les

prédestinaient à devenir des Prince de ce monde. Ainsi, certains se sont assuré un succès commercial inégalé et d'autres, n'ont donc pas eu cette chance.

Dans la littérature, certaines études démontrent l'importance d'avoir suivi une formation professionnelle dans le milieu artistique pour survivre et avoir un bon salaire en tant qu'artiste (Bille et Jensen, 2015). D'autres études démontrent l'importance et l'influence des parents sur le choix de carrière de l'enfant (Whiston et Keller, 2004). Cependant, aucune étude n'a pu démontrer si la famille, le choix de carrière des parents ou si la formation professionnelle a une influence sur le succès commercial d'un artiste dans le domaine musicale.

Ainsi, pour notre étude, nous avons tenté de répondre à une question qui est la suivante : **le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique ou le fait d'appartenir à une famille ayant des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique, ont-ils un impact positif sur le succès commercial d'un artiste dans le domaine musical ?**

Ainsi, ce travail essaye d'explorer la question de la prédiction du succès commercial futur des musiciens. Les résultats que nous avons obtenus tendent à démontrer que la formation professionnelle en musique n'a pas d'impact sur le succès commercial, au moins pour l'échantillon que nous avons utilisé. Tandis que le fait d'avoir des artistes professionnels dans la famille ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique ont une certaine influence sur le succès commercial possible d'un artiste et, cela, associé à d'autres variables.

Dans cette étude, nous présenterons la littérature concernant les impacts d'une formation professionnelle, et nous présenterons également la littérature entourant la sphère familiale, son environnement et les impacts possibles de cette dernière. De plus, nous présenterons dans la littérature, d'autres éléments pouvant avoir un impact sur le succès commercial. Cette partie sera suivie de l'élaboration de la base de données et ses variables, ainsi que la présentation des hypothèses et du cadre conceptuel de notre étude. Ensuite, nous nous attarderons sur la méthodologie qui a été employée puis nous terminerons par l'analyse des résultats. Enfin, nous ferons une conclusion de cette étude.

Chapitre 1 : Revue de littérature

Afin de connaître et de mieux répondre à notre objectif de recherche, une revue de littérature a été effectuée. Ainsi, ce chapitre est divisé en trois parties : en premier lieu, la littérature sur les différentes définitions du succès, la seconde partie sur l'influence des antécédents familiaux et du milieu familiale sur l'artiste, ensuite la littérature sur l'impact d'une formation professionnelle dans la vie d'un artiste, et enfin une dernière partie concernant tous les autres éléments qui peuvent avoir une influence sur le succès commercial. Ce chapitre nous permettra d'expliquer comment nous avons bâti notre base de données et pourquoi nous avons choisi d'inclure certaines variables. Enfin, cette revue de littérature nous permettra également de présenter notre cadre conceptuel et nos hypothèses de recherches.

Chapitre 1 : Revue de littérature

1.1 Le commencement : définir le succès commercial

Comme nous avons pu le constater, aucune étude ne fait le lien entre le succès commercial, la formation professionnelle et la famille ou l'environnement familial. C'est pourquoi, notre question de recherche s'intéresse à ces aspects : **le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique ou le fait d'appartenir à une famille ayant des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique, ont-ils un impact positif sur le succès commercial d'un artiste dans le domaine musical ?**

Étant donné que notre recherche s'intéresse à ce qui peut avoir un impact sur le succès commercial, il faut d'abord en donner certaines définitions afin de comprendre le sujet. Notre recherche se basant sur le milieu artistique, une des premières définitions données par les artistes est le fait que succès commercial est vu comme un moyen de parvenir à une fin comme obtenir des récompenses par les pairs, par exemple. (Ollivier, 2006).

D'un autre côté, certains définissent le succès ou la réussite commerciale comme la création ou le développement d'une activité économique qui permet de dégager des revenus récurrents. (Encyclopédie financière, 2019). Le succès est aussi vu comme un terme qui désigne une personne qui a atteint son objectif financier ou professionnel. (Business dictionary, 2019). Enfin, de façon générale, la définition du succès est propre à chacun, à la culture organisationnelle de l'entreprise et parfois, à l'objectif que chacun veut atteindre. (Futurpreneur Canada, 2013).

Ainsi, pour accompagner notre recherche, le succès commercial sera vu en premier lieu comme le fait de dégager des revenus et d'avoir atteint son objectif professionnel. Selon Bourdieu, une carrière artistique offre deux types de récompenses : soit un succès commercial, soit la reconnaissance de l'excellence par les pairs ou des groupes spécifiques (Bourdieu, 1983). C'est donc sur ces définitions que nous nous baserons pour notre recherche à savoir si le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique ou le fait de venir d'une famille dont certains membres sont des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familiale artistique permet d'avoir du succès commercial.

1.2 L'influence de la famille

Certains artistes ont un talent inné pour la musique et l'on développés grâce à l'environnement familiale dans lequel ils ont grandi. Dans cette seconde section, nous nous intéressons aux impacts et influences possibles de l'environnement familial sur le succès d'un artiste.

Avant d'aller plus loin, nous tenons à éclaircir ce à quoi nous faisons référence lorsque nous parlons de famille artistique. Nous faisons allusion à 1) l'environnement familial dans lequel l'artiste a grandi (donc si certains membres de la famille avaient les habiletés musicales qui auraient pu être transmises à l'artiste) et 2) si un des membres de la famille est un artiste professionnel dans le milieu artistique.

Il est important pour nous de s'intéresser à l'environnement dans lequel l'artiste a grandi, car certains ont acquis les habiletés musicales grâce à leurs familles. Tel qu'expliqué par Green (2005), l'acquisition et l'apprentissage musical se fait avec le temps et de deux façons possibles : avec les pairs (par l'observation, l'imitation et les conversations) ou, à la maison (de façon orale, en copiant les sons, en reproduisant les musiques enregistrées ou par improvisation). D'autres études ont démontré que l'apprentissage musical était lié à l'environnement familial et que ce dernier aurait certains impacts sur l'individu. Selon Manturzevska (1990), l'environnement familial est l'un des facteurs qui influencent le plus le développement musical. Les activités familiales de musique (le chant et faire de la musique en groupe principalement), supportent le développement musical des enfants. Des activités supplémentaires, tel que pratiquer la musique en présence des parents, peuvent aussi aider. (Kemp et Mills, 2002). Cette première partie fait donc référence au premier point de notre définition de la famille artistique soit le fait que certains membres de la famille avaient les habiletés musicales qui auraient pu être transmises à l'artiste. Cependant, l'occupation des parents peut avoir une influence sur l'artiste.

Tel que mentionné, l'occupation des parents influencerait le choix de carrière des enfants (Whiston et Keller, 2004). Pour d'autres, la vocation que choisissent les enfants est souvent

celle à laquelle ils sont le plus exposé durant leur enfance (Abeles, 2004) ou celle avec laquelle ils sont le plus familier (Barak, 1981). De plus, la plupart des individus auraient tendance à prendre la même profession que leurs parents ou une profession similaire (Colombier et Masclet, 2008). D'autres études dans le domaine de l'entrepreneuriat démontrent les mêmes résultats. Les chances de devenir un entrepreneur lorsque les parents le sont est beaucoup plus large (Lindquist, Sol et Van Praag, 2012 ; Arum et Mueller, 2004). Ainsi, selon d'autres études, 46% des entrepreneurs viendraient de famille dont les parents ou les membres proches, seraient impliqués dans les affaires. (Gasse, 2003 ; Gasse et D'Amours, 2000).

Nous pouvons observer jusqu'à présent que peu d'études démontrent une corrélation avec le succès (qu'il soit commercial, artistique ou d'entreprise) et l'historique familial (Lindquist, Sol et Van Praag, 2012 ; Arum et Mueller, 2004 ; Bille et Jensen, 2016 ; Witte et Kalleberg, 1995). En revanche, les études démontrent comment l'environnement familial exerce une influence sur le choix de carrière d'un individu (donc le fait qu'un membre de la famille soit un artiste professionnel), mais aussi les habiletés que peut développer un individu dans son environnement familial (soit le fait d'avoir des membres de la famille qui ont des habiletés musicales). Cela expliquerait pourquoi certains artistes n'ont pas eu le besoin d'entreprendre une formation professionnelle dans le milieu pour acquérir les compétences nécessaires, étant donné qu'ils étaient déjà plongés dans l'environnement musical depuis tout jeune. De plus, le fait d'avoir des membres de la famille dans le domaine musical peut favoriser le succès étant donné que les acteurs principaux de l'industrie sont connus du jeune artiste, et que les portes lui sont plus facilement ouvertes. Ensuite, il y a un intérêt naturel du public pour les enfants des célébrités (ex : Willow Smith fille de Will Smith). Ainsi, notre première hypothèse serait la suivante :

H1 : le fait d'appartenir à une famille ayant des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement musical depuis tout jeune ont un impact positif sur le succès commercial.

Pourtant, certains artistes, bien qu'ayant déjà un talent, ont amélioré ou développé ce dernier grâce à une formation professionnelle.

1.3 La formation professionnelle et ses impacts

Un artiste a souvent un talent inné pour le chant ou pour jouer d'un instrument. D'autres ont acquis ce talent avec une formation professionnelle grâce à un mentor dans le domaine. Ainsi, certains artistes ont choisi d'entreprendre un parcours professionnel dans le domaine musical afin de pouvoir en faire une carrière. Cependant, aucuns articles ne fait le lien entre la formation (artistique ou non) et le succès commercial. Ainsi, nous présenterons les articles sur l'importance ou les avantages d'avoir suivi une formation professionnelle dans le domaine artistique ou non.

Certains artistes entreprennent une formation professionnelle afin d'être plus crédibles et, possiblement, être payés à leurs juste valeur. Cependant, malgré la formation suivie, le salaire de ces artistes ne donne pas toujours lieu à un succès commercial tel qu'ils le désirent. En effet, l'un des avantages d'avoir eu une formation professionnelle en tant que musicien garantit un salaire plus élevé en début de carrière comparativement à un musicien sans éducation professionnelle dans le domaine. Mais cette formation a de moins en moins d'importance au cours de la carrière de l'artiste. (Bille et Jensen, 2016 ; Witte et Kalleberg, 1995). Bien que l'éducation ait de moins en moins d'importance au cours de la carrière de l'artiste pour son salaire, une étude a démontré que le niveau d'éducation pour les femmes était déterminant pour leurs salaires, (Ng, Eby, Sorensen et Feldman, 2005 ; Booth, 1991). Ce qui démontre ici qu'une formation professionnelle peut avoir plus d'impact sur le salaire d'un artiste en fonction du sexe de ce dernier même si la formation a de moins en moins d'importance au cours de la carrière de l'artiste. Hormis le salaire, suivre une formation permettrait d'avoir les compétences nécessaires dans le domaine.

En effet, la formation permettrait d'avoir la connaissance requise dans le domaine. Le temps passé auprès de professionnels et de mentors permet aux jeunes prodiges d'avoir les connaissances nécessaires (Hunt et Michael, 1983) et s'avère être important afin qu'un artiste

se développe (Jarvin et Subotnik, 2010). Effectivement, l'apprentissage et le développement seraient les buts principaux lorsque les artistes sont auprès de mentors. (Eddy et al., 2001). Pourtant, le fait d'avoir suivi une formation professionnelle n'est probablement pas suffisant. Cela prendrait environ 10 ans à un individu afin d'avoir les connaissances et les compétences nécessaires dans le domaine de leurs choix (Simonton, 1999). Néanmoins, les prérequis sont tout aussi important.

La littérature en entrepreneuriat indique que les prérequis en termes de compétences jouent un rôle important pour un succès précoce pour les entrepreneurs qui cherchent de nouvelles opportunités. (Baptista, Karaöz et Mendonça, 2013). Le lien ici est le fait qu'un artiste sans agent par exemple, est aussi un entrepreneur à ses débuts, et le fait qu'il ait des prérequis dans le milieu pourrait lui permettre d'avoir un succès précoce. Ainsi, avoir donc les prérequis, donc une formation, peut aussi être un avantage pour de futures opportunités de carrière. Il faut comprendre qu'un artiste qui suit une formation professionnelle pour devenir mentor ou auprès d'un mentor, acquiert donc les prérequis nécessaires et plausibles à un certain succès. De plus, le succès commercial pour les artistes, est vu comme un moyen de parvenir à une fin comme obtenir des récompenses par les pairs par exemple. (Ollivier, 2006). Ces récompenses résultent en générale à l'augmentation des ventes d'albums et à de meilleures opportunités de carrière comme sur des marchés étrangers par exemple. (ADISQ, 1988).

Tel que nous pouvons le constater, les articles sur la formation professionnelle ont tendances à se diriger vers l'aspect salarial et les compétences. Cependant, aux meilleurs de nos connaissances, aucune étude ne s'est intéressée à l'impact d'avoir suivi une formation professionnelle sur le succès commercial d'un artiste. La plupart des études en entrepreneuriat avaient souvent un échantillon restreint et souvent dans une compagnie familiale. (Lindquist, et al., 2012). De plus, dans la plupart des analyses, les compagnies sont souvent déjà bien établies ou encore une fois, détenu par des familles (Arum et Mueller, 2004). Dans le milieu de l'entrepreneuriat, la formation ou la connaissance acquise peut permettre un certain succès. Ces connaissances sont souvent acquises au cours des années par les parents qui étaient dans

le domaine ou qui ont créés l'entreprise (Zellweger, Sieger et Halter, 2008). Ainsi, aucunes études ne démontrent clairement qu'une formation permet d'avoir du succès.

Par conséquent, notre deuxième hypothèse est la suivante :

H2 : le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique a un impact positif sur le succès commercial.

En revanche, d'autres éléments pourraient contribuer au succès commercial d'un artiste.

1.4 Les autres influenceurs du succès commercial

À l'ère du numérique aujourd'hui, il y a différentes façons de mesurer le succès commercial d'un artiste. Selon divers site web spécialisés en musique, le succès se mesure selon le nombre de *fans* ou, autrement dit, la Fans Base (F.B). (Tarik, 2018 ; Genono, 2015 ; Centre d'informations et de ressources pour les musiques actuelles, 2014 ; Ostrow, 2014). Ainsi, les plateformes de musique telles que Spotify ou Deezer ont de plus en plus d'importance afin de mesurer le succès d'un artiste ; tout comme le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux sont de plus en plus des indicateurs de succès d'un artiste. Et comme de fait, 80% des consommateurs de musique utilisent YouTube pour écouter de la musique (IFPI, 2016), le nombre de *streaming* payant pour écouter de la musique a augmenté de 45.5% (IFPI, 2017), et enfin, 60% des 13 à 21 ans et 51% des 31 à 50 ans suivent leurs artistes favoris sur Twitter, Facebook et Instagram (Cooper, 2014). Ainsi, la F.B sur les plateformes d'écoutes de musique et sur les réseaux sociaux devient un des indicateurs du succès commercial d'un artiste. Pourtant, excepté la F.B, le succès commercial serait plus représenté par ce qui permet à un artiste d'avoir une certaine récompense pour son travail.

Selon Bourdieu, une carrière artistique offre deux types de récompenses : soit un succès commercial, soit la reconnaissance de l'excellence par les pairs ou des groupes spécifiques (Bourdieu, 1983). Ainsi, la reconnaissance de l'excellence par les pairs peut justement avoir un impact positif sur le succès possible d'un artiste : la reconnaissance des artistes par le public et par les pairs serait pertinente pour le succès commercial d'un artiste (Clegg, Nettle et Miell, 2011), et cela, pour le prestige qui s'y rattache. En effet, les récompenses attribuées en général par les pairs, sont importantes pour le prestige rattaché à celles-ci, mais aussi pour

leurs effets sur la carrière de l'artiste. Les récompenses honorifiques résultent souvent à l'augmentation des ventes d'albums, à de meilleures opportunités et à la participation à des événements spéciaux afin d'accéder à des marchés étrangers (ADISQ, 1988). Par exemple, les Grammys (bien que ces derniers soient basés sur le mérite artistique seulement), (Anand et Watson, 2004), permettrait de faire augmenter les ventes d'albums pour un artiste lorsque ce dernier a été nommé pour un Grammy ou s'il a remporté un Grammy (Anand et Watson, 2006). Une étude de la revue Billboard démontre clairement un lien de causalité avec l'augmentation du nombre d'albums vendus, et le fait d'avoir remporté un Grammy (Billboard, 1983). Mais pour vendre autant d'albums, l'artiste n'a pas forcément besoin d'être vivant.

En effet, il s'avère que le fait que l'artiste soit décédé résulterait à une augmentation des ventes d'albums plus haute que les quatre mois précédents le décès de l'artiste (Brandes, Nüesch et Franck, 2014). En revanche, certaines variables contrôlables peuvent avoir un impact sur les ventes.

Par exemple, dans le contexte cinématographique, la date de sortie du film aurait un impact sur le succès commercial de ce dernier (Delmestri, Montanari et Usai, 2005). Cette dernière maxime peut aussi s'appliquer dans le domaine musical étant donné qu'il y a pour les albums des dates de sorties comme il y en a pour les films. Cependant, concernant les albums, ces derniers reçoivent une certification qui augmentent en fonction du nombre d'unités vendues passant ainsi de certification or à platine puis, double-platine et enfin diamant. Les albums certifiés or ou platine ont une plus grande popularité dans le temps et l'âge de ces derniers affectent aussi leur popularité (Schmutz, 2016). Cette popularité pourrait donc permettre à un artiste de vendre plus d'albums et d'avoir possiblement un meilleur succès commercial.

Chapitre 2 : Le cadre conceptuel, les variables de l'étude et les hypothèses

Ce chapitre vise à expliquer la démarche ayant permis de créer notre base de données que nous avons utilisées pour notre recherche et que nous présenterons en détail plus loin, et à présenter les variables que nous avons sélectionnées pour notre étude. Nous dresserons également notre cadre conceptuel puis nous expliquerons le choix de nos variables. Enfin, nous formulerons nos hypothèses de recherche.

Chapitre 2 : Le cadre conceptuel, les variables de l'étude et les hypothèses

2.1 Cadre conceptuel

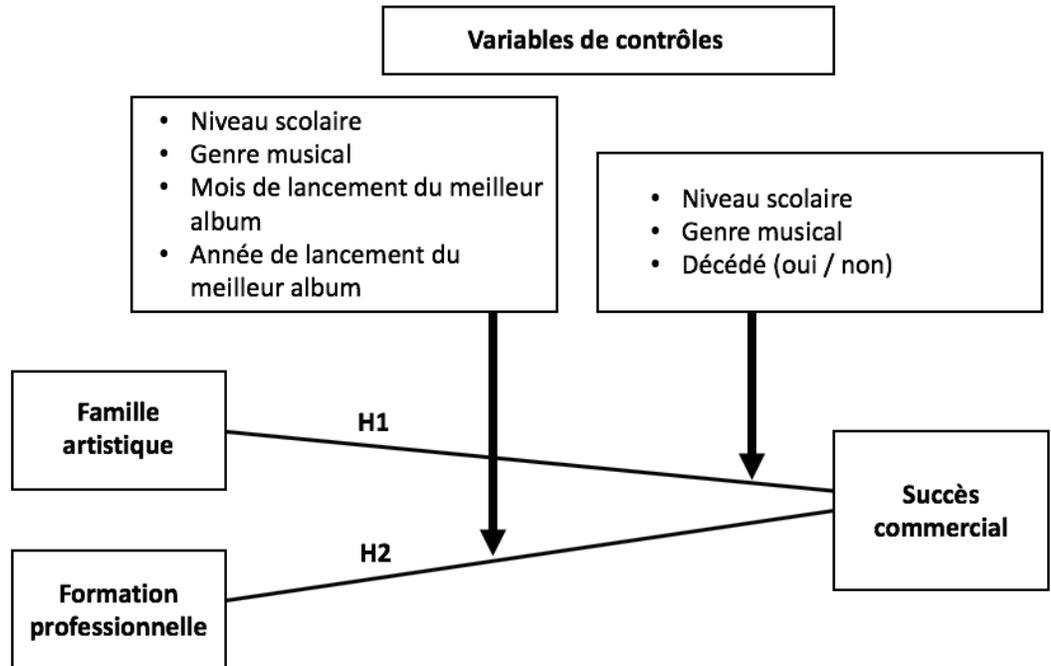
Dans la partie précédente, nous pouvons d'ores et déjà déduire certaines prémises. En soi, le fait d'avoir suivi une formation professionnelle permettrait d'avoir un meilleur salaire en début de carrière et d'avoir les prérequis pour le domaine grâce aux mentors. Cependant, il est à noter que tous ceux qui ont fait une formation professionnelle dans le domaine musical, ne produisent pas forcément d'albums. Certains deviennent des mentors et d'autres font une carrière artistique. Certains ont acquis les habiletés musicales ou l'envie de faire de la musique dans l'environnement familial. Ce dernier permet de développer des habiletés chez l'artiste (par apprentissage, improvisation, observation ou imitation), et de faire naître en lui une vocation. L'occupation des parents influence aussi l'individu dans son choix de carrière. Cependant, avoir les habiletés dès le plus jeune âge, ne garantit pas forcément un succès commercial dans le milieu artistique. Aux meilleurs de nos connaissances, aucune étude n'a démontré un lien entre la famille artistique (représentée par le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique ou le fait que certains membres de la famille soient des artistes professionnels), avec le succès commercial.

En revanche, les seules autres variables qui pourraient avoir un effet positif sur les ventes d'albums sont : les récompenses (tels que les Grammys), remportés par les artistes, la date de sortie de leurs albums, le type de certification de l'album et le fait que l'artiste soit décédé. Enfin, la F.B des plateformes d'écoute en ligne et des réseaux sociaux serait un des indicateurs de succès d'un artiste.

En conclusion, les études faites jusqu'à lors ne permettent pas de confirmer un lien entre le fait d'avoir des membres de la famille qui sont des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique, ou le fait d'avoir suivi une formation professionnelle avec le succès commercial d'un artiste. Ainsi, nous avons bâti notre cadre conceptuel en nous basant sur notre revue de littérature, et notre question de recherche qui est la suivante : **le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique ou le fait d'appartenir à une famille ayant des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement familial artistique, ont-ils un impact positif sur le succès**

commercial d'un artiste dans le domaine musical ? Ainsi, notre cadre conceptuel serait représenté comme suit :

Figure 1 : le cadre conceptuel



Dans le prochain chapitre nous présenterons donc les variables de notre étude et la méthodologie qui a été effectuée afin de créer notre base de données (B.D), suivi des résultats.

Chapitre 3 : Méthodologie et résultats

Ce chapitre vise à expliquer la démarche ayant permise de créer la base de données que nous avons utilisées pour notre recherche et à présenter les variables que nous avons sélectionnées pour notre étude. Nous présenterons la méthodologie qui a été employée afin de tester les hypothèses de recherche. Nous justifierons également le choix des méthodes d'analyse utilisées.

Chapitre 3 : Méthodologie et résultats

3.1 Méthode : Présentation des variables de la base de données

Nous avons présenté précédemment notre cadre conceptuel ainsi que nos deux hypothèses de recherche. Dans la prochaine section, nous présenterons en détails les variables que nous avons incorporées dans notre base de données. Ces dernières sont divisées en trois sections : les variables indépendantes, les variables de contrôle et les variables dépendantes.

Notre étude étant quantitative, afin de répondre à notre question de recherche, nous avons créé une base de données (B.D) de 399 artistes américains avec certaines informations disponibles publiquement en ligne. Nous avons choisi 399 artistes car, la population artistique pouvant être très vaste et le nombre exact inconnu, nous voulions un échantillon avec un niveau de confiance de 95% et une marge d'erreur de 5%. Ce qui nous donne un échantillon de 384,16 selon la méthode de calcul d'échantillonnage. Les artistes de notre B.D ont été choisis de manière aléatoire sur le site du *Recording Industry Association of America* (RIAA). Nous avons donc principalement utilisé pour créer notre B.D les informations contenues sur le site du RIAA telles que : l'année et le mois de sortie de l'album de l'artiste, le nom de l'artiste, le type de certification octroyé pour ses albums (Or, Platine, Double-Platine ou Diamant) et le nombre d'unité vendus par albums en millions. Pour information, le nombre d'unité comptabilisée pour la certification d'un album inclus autant le digital que le physique.¹ Ensuite, pour avoir le genre musical auquel l'artiste fait partie, nous avons utilisé l'information présente sur www.allmusic.com, puis nous avons catégorisé des genres musicaux ensemble grâce au site interactif www.musicmap.info qui fait des liens entre les différents styles musicaux et qui remontent jusqu'à l'origine de ces derniers. Sur le site de www.biography.com, nous avons essentiellement pris les informations concernant la vie de l'artiste telles que : son sexe, son âge, son année de naissance, s'il a fait une formation professionnel en musique, le niveau scolaire atteint avec cette formation le cas échéant (qui a été déduit en fonction de l'âge mentionné dans la biographie de l'artiste), s'il a des membres

¹ La vente d'un lien permanent digital ou d'un album physique compte pour 1 unité pour la certification, 10 titres téléchargés du même album compte pour 1 unité pour la certification et 1 500 audio *on-demand* ou/et video *streams* de l'album compte pour 1 unité pour la certification. (RIAA, 2019).

de la famille qui sont des artistes, si l'artiste a baigné dans un environnement musical², s'il est décédé et l'année de décès de ce dernier si applicable. Ensuite, nous avons utilisé les sites web suivant afin d'avoir le nombre d'abonnés de l'artiste : www.facebook.com, www.instagram.com, www.twitter.com, www.YouTube.com et www.spotify.com. Puis, nous avons utilisé le site www.grammy.com afin de connaître le nombre de grammys remportés par l'artiste le cas échéant. Enfin, grâce à toutes ces informations, nous avons aussi été en mesure d'avoir : l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album (album ayant la plus haute certification), le nombre total de fans (FANS_BASE), le nombre total de fans sur les réseaux sociaux (TOTAL_FANS_SN) et le nombre total d'auditeurs sur les plateformes d'écoute de musique (TOTAL_LISTEN). Ce sont donc ces variables que nous présenterons dans les prochaines sections.

3.1.1 Les variables indépendantes

Pour notre étude nous avons utilisés les variables indépendantes suivantes :

Tableau 1 : Les variables indépendantes

| Nom de la variable | Description | Type | Justification et source |
|---------------------------|--|----------------------------|--|
| FAMILLE_ART | Si des membres de la famille de l'artiste sont des artistes professionnels ou si certains possèdent les habiletés musicales avec lesquelles l'artiste a été en contact dans sa jeunesse. | Binaire (oui =1 ; non = 0) | Nous avons utilisé le site web de biographie www.biography.com , détenu par A&E Television Network, une chaîne de télévision américaine spécialisée dans la diffusion de biographies. Ceci nous a permis de connaître l'environnement familial dans lequel a grandi l'artiste et savoir si des membres de sa famille sont connus. |
| SEXE | Sexe de l'artiste (homme ou femme). | Nominale | Cette information a été trouvée sur www.biography.com , le sexe de l'artiste pouvant avoir une influence |

² Ce qui signifie que l'artiste a grandi depuis tout jeune dans un environnement dont des membres de sa famille sont soit : 1) des artistes professionnels (chanteur d'Opera, professeur de chant etc.) ou 2) qui savent chanter ou jouer d'un instrument et que c'est à travers les membres de sa famille que l'artiste aurait appris à chanter ou jouer d'un instrument par exemple (autodidacte).

| | | | |
|-----------------------------|---|--------------------------|---|
| | | | sur son succès commercial ou ses revenus tel que démontré dans la littérature. |
| BIRTH_YEAR | L'année de naissance de l'artiste. | Continue | Cette information a été trouvée sur www.biography.com . L'année de naissance de l'artiste nous permet de calculer son âge. |
| AN_DEATH | L'année de décès de l'artiste (s'il y a lieu). | Continue | Cette information a été trouvée sur www.biography.com . L'année de décès de l'artiste nous permet de calculer son âge. |
| AGE | Age actuel de l'artiste. | Continue | L'âge a été déterminé en soustrayant l'année de l'analyse (2018) ou l'année de décès de l'artiste – son année de naissance. Ceci nous permettra de savoir si l'âge a une influence sur le succès commercial. |
| AGE_LANCEMENT | Âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album (album ayant la plus haute certification). | Continue | Pour avoir accès à ces informations, notamment les ventes et les certifications, nous avons utilisé les informations disponibles sur le site web du RIAA. Cette variable a été créée en soustrayant l'année de lancement du meilleur album de l'artiste à la variable année de naissance. |
| FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON | Si l'artiste a fait une formation professionnelle en musique (oui ou non). | Binaire (oui =1 ; non=0) | Cette information a été trouvée sur www.biography.com , ceci nous permet de savoir si l'artiste a suivi une formation professionnelle en musique. |

3.1.2 Les variables de contrôle

Au tableau 2, ci-dessous, nous présentons les variables de contrôle. Il est à noter que, lors des analyses, nous avons utilisé les variables de famille artistique et de formation professionnelle en musique comme des variables de contrôles l'une pour l'autre. La formation est une variable de contrôle pour la famille artistique, tandis que la famille artistique est une variable de contrôle pour la formation professionnelle en musique. Étant donné qu'elles ont déjà été présentées, nous ne les inclurons pas dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2 : les variables de contrôle

| Nom de la variable | Description | Type | Justification et source |
|---------------------------|---|--------------------------|--|
| DEATH | Si l'artiste est décédé | Binaire (oui =1 ; non=0) | Information trouvée sur www.biography.com , la mort ayant un impact sur le nombre d'albums vendus. |
| NIVO_SCOLAIRE | S'il y a lieu, le niveau scolaire que l'artiste a atteint avec sa formation professionnelle en musique (maternelle, primaire, secondaire, universitaire, maîtrise ou doctorat). | Catégorielle | Information trouvée sur www.biography.com , en fonction de l'âge de l'artiste lorsqu'il a terminé sa formation. Ceci nous permet de savoir si le niveau d'éducation atteint en musique peut avoir un impact sur le succès commercial. |
| YEAR_RELEASE | L'année de lancement de l'album de l'artiste qui a la plus haute certification (meilleur album). | Continue | Information trouvée sur le site web du RIAA. Ceci nous permet de savoir si le moment de lancement à un impact sur les ventes comme le démontre l'étude cinématographique. |
| MONTH_RELEASE | Le mois de lancement du meilleur album de l'artiste. | Continue | Information trouvée sur le site web du RIAA. Ceci nous permet de savoir si le moment de lancement à un impact sur les ventes comme le démontre l'étude cinématographique. |
| GENRE | Genre musical pour lequel l'artiste est reconnu. | Catégorielle | Information trouvée sur le site web www.allmusic.com ainsi que Musicmap (https://musicmap.info/) qui permet de faire des liens entre les différents genres de musique. ³ ** |

**Étant donné que le monde musical est vaste avec plusieurs genres et parfois même des sous-genres, Muscimap⁴ nous a permis de créer des catégories de genres plus simplifiées et

³ Ceci pourrait nous permettre d'avoir une conclusion plus riche en distinguant si certains genres nécessitent une formation professionnelle plus que d'autres pour avoir le succès commercial escompté.

⁴ Musicmap est une plateforme interactive de tous les genres et sous-genres musicaux. Cette dernière explique l'origine des genres musicaux et classe les sous-genres ayant les mêmes racines dans une catégorie spécifiques de genre plus connues. Cette plateforme a été bâtie grâce à des recherche basées sur des études des genres musicaux ainsi que leurs histoires. Visitez musicmap.info pour plus de renseignements.

d'éviter d'avoir trop de catégories. Ainsi les genres sont représentés par ces termes dans notre B.D:

Tableau 3 : classification des genres musicaux

| Genres musicaux | Nom attribué dans la base de données |
|---|---|
| Rap, hip-hop et R&B | Rap hip-hop |
| Populaire, Pop/rock, folk, pop, métal, new age, vocal | Pop/rock |
| Country | Country |
| Jazz, religieux, gospel, blues, classique | Blue note et classique |
| Reggae, latin, musique du monde | Reggae et latin |

3.1.3 Les variables dépendantes

Cette dernière partie présente les variables indépendantes de notre B.D.

Tableau 4 : Les variables dépendantes

| Nom de la variable | Description | Type | Justification et source |
|----------------------------------|---|-------------|---|
| TOTAL_NMBR_DALBUMS_VENDUS | Nombre total d'albums vendus pour ses meilleurs albums certifiés (or, platine, double-platine ou diamant). | Continue | Information trouvée sur le site web du RIAA. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste. |
| NMBR_DALBUM_VENDUS_BEST_CERTIFIE | Nombre total d'albums vendus pour l'album de l'artiste qui a obtenu la plus haute certification (or, platine, double-platine ou diamant). | Continue | Information trouvée sur le site web du RIAA. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste pour son meilleur album. |

| | | | |
|--------------------------------|--|----------|--|
| SPOTIFY_FOLLOWERS ⁵ | Nombre total d'auditeurs par mois sur Spotify. | Continue | Information trouvée sur l'application musicale de Spotify. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> et pour calculer le nombre de <i>fans</i> total (FANS_BASE). |
| YOUTUBE_FOLLOWERS ⁶ | Nombres d'abonnés total sur la chaîne musical de l'artiste. | Continue | Information trouvée sur l'application musicale de Spotify. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de fans et pour calculer le nombre de fans total (FANS_BASE). |
| FB_FOLLOWERS ⁷ | Nombres d'abonnés total sur la page Facebook de l'artiste. | Continue | Information trouvée sur le site de Facebook sur la page de l'artiste. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> et pour calculer le nombre de <i>fans</i> total (FANS_BASE). |
| INSTA_FOLLOWERS ⁸ | Nombres d'abonnés sur la page Instagram de l'artiste. | Continue | Information trouvée sur le site de Instagram sur la page de l'artiste. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> et pour calculer le nombre de <i>fans</i> total (FANS_BASE). |
| TWITTER_FOLLOWERS ⁹ | Nombres d'abonnés sur la page Twitter de l'artiste. | Continue | Information trouvée sur le site de Twitter sur la page de l'artiste. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> et pour calculer le nombre de <i>fans</i> total (FANS_BASE). |
| TOTAL_FANS_SN | Nombre total d'abonnés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram). | Continue | Information trouvée en additionnant les variables suivantes : TWITTER_FOLLOWERS, INSTA_FOLLOWERS, FACEBOOK_FOLLOWERS Cette variable est nécessaire |

⁵ Les données de Spotify ont été collectées en janvier 2019.

⁶ Les données de YouTube ont été collectées en janvier 2019.

⁷ Les données de Facebook ont été collectées entre janvier et mars 2018.

⁸ Les données d'Instagram ont été collectées entre janvier et mars 2018.

⁹ Les données de Twitter ont été collectées entre janvier et mars 2018.

| | | | |
|--------------|---|----------|---|
| | | | afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> . |
| TOTAL_LISTEN | Nombres de <i>fans</i> sur les plateformes d'écoute et de streaming (YouTube et Spotify). | Continue | Information trouvée en additionnant les variables suivantes : SPOTIFY_FOLLOWERS et YOUTUBE_FOLLOWERS. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> et calculer le nombre de <i>fans</i> total (FANS_BASE). |
| FANS_BASE | Nombre total de <i>fans</i> sur les réseaux sociaux et les plateformes d'écoute (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Spotify). | Continue | Pour trouver cette variable nous avons additionnés : TOTAL_LISTEN et TOTAL_FANS_SN. Cette variable est nécessaire afin de mesurer le succès commercial de l'artiste en termes de <i>fans</i> . |
| GRAMMY | Le nombre de grammys remportés par l'artiste (s'il y a lieu). | Continue | L'information concernant le nombre de grammys remportés par un artiste a été prise directement sur le site www.grammy.com . Cette variable permet de voir si les artistes qui ont le plus de grammys ont vendus plus d'albums tel que l'étude de Billboard l'a démontrée. |

3.2 Dictionnaire des données et méthodes d'analyse

Afin de tester nos hypothèses de recherche, nous avons choisie de faire une étude quantitative et d'utiliser le logiciel SPSS. Avant de présenter notre méthodologie, notre dictionnaire des données en annexe 2 présente les variables à l'étude ainsi que leurs descriptions simplifiées. Pour plus de détails sur chacune des variables, vous pouvez vous référer à la section précédente.

3.2.1 Méthodes d'analyse

Pour notre étude, nous avons établi deux hypothèses de recherche.

Afin de tester nos hypothèses de recherches, nous avons effectués des régressions linéaires hiérarchiques et nous avons créé des interactions. Pour les régressions linéaires hiérarchiques nous avons deux blocs : le premier avec les variables de contrôle et dans le deuxième, nous avons les variables indépendantes et les interactions. Il est à noter, que les interactions réalisées sont de nature exploratoires. Le tableau ci-dessous présente les régressions qui ont été effectués pour nos deux hypothèses.

Tableau 5 : Liste des régressions effectuées

Nous justifions le choix des interactions ci-dessous basée sur notre revue de littérature :

- 1) FAMILLE_ART x DEATH : nous essayons de voir si la famille à un impact sur le succès commercial ; et le décès (DEATH) aurait un impact significatif sur le nombre d’albums vendus (Brandes, Nüesch et Franck, 2014),
- 2) FAMILLE_ART x SEXE : le niveau d’éducation pour les femmes serait déterminant pour leurs salaires, (Ng, Eby, Sorensen et Feldman, 2005 ; Booth, 1991),
- 3) FAMILLE_ART x AGE : il faudrait environ 10 ans pour avoir les compétences et connaissance nécessaire dans un domaine (Simonton, 1999).

| INTERACTIONS AVEC RÉGRESSIONS | | | |
|---|--|---|--|
| H1 : Famille → succès commercial/performance | | | |
| Variable dépendante (Y) | Variables de contrôle (bloc 1) (X) | Variables indépendantes (bloc 2) (X) | Interactions créés (bloc 2) |
| TOTAL_NMBR_DALBUM_VENDUS | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |
| SPOTIFY_FOLLOWERS | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |
| FANS_BASE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |
| FANS_SN | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |
| FB_FOLLOWER | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |
| NMBR_DALBUM_VENDUS_BEST_CERTIFIE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON NIVO_SCOLAIRE GENRES | FAMILLE_ART DEATH SEXE AGE | FAMILLE_ART x DEATH FAMILLE_ART x SEXE FAMILLE_ART x AGE |

Nous justifions le choix des interactions ci-dessous basée sur notre revue de littérature :

- 1) **FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x DEATH** : nous essayons de voir si la formation à un impact sur le succès commercial et le décès (DEATH) aurait un impact significatif sur le nombre d'albums vendus (Brandes, Nüesch et Franck, 2014),
- 2) **FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x SEXE** : le niveau d'éducation pour les femmes serait déterminant pour leurs salaires, (Ng, Eby, Sorensen et Feldman, 2005 ; Booth, 1991),
- 3) **FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x AGE** et **x AGE_LANCEMENT** : il faudrait environ 10 ans pour avoir les compétences et connaissances nécessaire dans un domaine (Simonton, 1999).

| H2 : formation → succès commercial | | | |
|---|---|---|--|
| TOTAL_NMBR_DALBUM_VENDUS | FAMILLE_ART NIVO_SCOLAIRE GENRES YEAR_RELEASE MONTH_RELEASE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON DEATH SEXE AGE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x DEATH FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x SEXE FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x AGE |
| SPOTIFY_FOLLOWERS | FAMILLE_ART NIVO_SCOLAIRE GENRES | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON DEATH SEXE AGE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x DEATH FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x SEXE FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x AGE |
| FANS_BASE | FAMILLE_ART NIVO_SCOLAIRE GENRES | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON DEATH SEXE AGE | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x DEATH FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x SEXE FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x AGE |
| GRAMMY | FAMILLE_ART NIVO_SCOLAIRE GENRES | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON DEATH SEXE AGE_LANCEMENT | FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x DEATH FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x SEXE FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON x AGE_LANCEMENT |

Nous avons donc effectué les analyses présentées ci-dessus avec le logiciel SPSS. Dans la prochaine partie, nous présenterons le résultat de ces régressions avec leurs graphiques et leurs explications respectives.

Chapitre 4 : Analyses des résultats

Dans ce chapitre, nous présenterons les résultats obtenus à la suite des analyses qui ont été effectuées.

Chapitre 4 : Analyses des résultats

4.1 Analyses des résultats

Comme nous l'avons mentionné dans la partie précédente, nous avons effectué des régressions linéaires hiérarchiques avec des interactions. Pour nos résultats, nous avons particulièrement observé le coefficient R^2 , la valeur de p , ainsi que le bêta standardisé. À la suite des résultats obtenus, nous avons produits des graphiques pour les résultats significatifs. Ci-dessous, nous présenterons les résultats en premier lieu pour la première hypothèse (celle de la famille artistique) et, ensuite, pour la seconde hypothèse (celle de la formation). Afin d'alléger le texte, nous présenterons exclusivement les résultats statistiquement significatifs. Tous les détails des autres résultats sont présentés à l'annexe 2.

4.1.1 La famille artistique et le succès commercial

Notre première hypothèse était la suivante :

H1 : le fait d'appartenir à une famille ayant des artistes professionnels ou le fait d'avoir baigné dans un environnement artistique ont un impact positif sur le succès commercial.

Les régressions présentées ci-dessous avaient les mêmes interactions ainsi que les mêmes variables indépendantes et de contrôles. Seule la variable dépendante changeait. Nous présenterons ci-dessous uniquement les résultats statistiquement significatifs pour la famille artistique. Tous les détails des régressions sont présentés dans l'annexe 2

Tableau 6 : résultats des régressions pour la famille artistique (H1)

| Régression 1 | | | | | |
|--------------|--|--------|-----------------|------------------|----------------|
| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
| 1 | (Constant) | 1,582 | 16,414 | | ,923 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 8,950 | 16,404 | ,166 | ,586 |
| | Niveau scolaire en musique | ,052 | ,082 | ,192 | ,529 |
| | Genres musicaux | -,612 | ,800 | -,039 | ,444 |
| 2 | (Constant) | -2,985 | 16,452 | | ,856 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 6,466 | 16,241 | ,120 | ,691 |
| | Niveau scolaire en musique | ,037 | ,081 | ,139 | ,646 |
| | Genres musicaux | -,921 | ,818 | -,058 | ,261 |
| | Famille artistique (oui / non) | 10,258 | 11,472 | ,229 | ,372 |
| | Age | ,149 | ,057 | ,144 | ** ,009 |
| | Sexe | -,507 | 1,956 | -,015 | ,796 |
| | Décédé (oui / non) | 2,112 | 2,765 | ,041 | ,445 |
| | Famille X death | 15,544 | 7,629 | ,116 | ** ,042 |
| | Famille X sexe | 1,342 | 4,586 | ,048 | ,770 |
| | Famille X age | -,182 | ,154 | -,229 | ,237 |
| | <p>Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,003$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,047$ Variable dépendante : nombre d'albums vendus au total (Or, platine, double-platine et diamant)</p> | | | | |
| Régression 2 | | | | | |
| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
| 1 | (Constant) | 1,099 | 3,837 | | ,775 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 3,388 | 3,835 | ,267 | ,378 |
| | Niveau scolaire en musique | ,016 | ,019 | ,247 | ,416 |
| | Genres musicaux | -,460 | ,187 | -,123 | ** ,014 |
| 2 | (Constant) | ,200 | 3,802 | | ,958 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 2,780 | 3,753 | ,219 | ,459 |
| | Niveau scolaire en musique | ,013 | ,019 | ,198 | ,503 |
| | Genres musicaux | -,421 | ,189 | -,113 | ** ,026 |
| | Famille artistique (oui / non) | 3,829 | 2,651 | ,363 | ,149 |
| | Age | ,011 | ,013 | ,044 | ,422 |

| | | | | | |
|--|--------------------|-------|-------|-------|----------------|
| | Sexe | ,470 | ,452 | ,058 | ,299 |
| | Décédé (oui / non) | ,123 | ,639 | ,010 | ,847 |
| | Famille X death | 6,657 | 1,763 | ,211 | ** ,000 |
| | Famille X sexe | -,480 | 1,060 | -,073 | ,651 |
| | Famille X age | -,044 | ,036 | -,233 | ,221 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,017$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,082$
Variable dépendante : nombre d'albums vendus pour le meilleur album (album avec la plus haute certification)

Régression 3

| | Modèles | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
|---|--|--------------|-----------------|------------------|----------------|
| 1 | (Constant) | 2257184,524 | 21452981,187 | | ,916 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 4997025,139 | 21438676,948 | ,071 | ,816 |
| | Niveau scolaire en musique | 36731,245 | 107477,412 | ,104 | ,733 |
| | Genres musicaux | -1548799,507 | 1045288,268 | -,074 | ,139 |
| 2 | (Constant) | 13508580,363 | 21539946,182 | | ,531 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 9933383,740 | 21263850,559 | ,141 | ,641 |
| | Niveau scolaire en musique | 59883,765 | 106480,992 | ,170 | ,574 |
| | Genres musicaux | -647606,857 | 1070423,526 | -,031 | ,546 |
| | Famille artistique (oui / non) | 1367155,167 | 15019840,546 | ,023 | ,928 |
| | Age | -273432,142 | 74595,197 | -,203 | ** ,000 |
| | Sexe | -2318490,446 | 2560449,725 | -,052 | ,366 |
| | Décédé (oui / non) | -1956436,827 | 3619839,317 | -,029 | ,589 |
| | Famille X death | 5209329,727 | 9988840,386 | ,030 | ,602 |
| | Famille X sexe | -1470283,654 | 6004156,977 | -,040 | ,807 |
| | Famille X age | 7407,698 | 201461,719 | ,007 | ,971 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,007$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,047$
Variable dépendante : nombre d'auditeurs Spotify par mois

Régression 4

| | Modèles | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
|---|--|--------------|-----------------|------------------|----------|
| 1 | (Constant) | 11067056,005 | 57778562,070 | | ,848 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 17464946,152 | 57740036,962 | ,092 | ,762 |
| | Niveau scolaire en musique | 126953,096 | 289465,147 | ,133 | ,661 |
| | Genres musicaux | -5764200,128 | 2815238,243 | -,103 | ,041 |

| | | | | | |
|---|--|-------------------|--------------|-------|----------------|
| 2 | (Constant) | 36018845,005 | 54654034,868 | | ,510 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 25983279,701 | 53953488,095 | ,137 | ,630 |
| | Niveau scolaire en musique | 181426,839 | 270177,826 | ,190 | ,502 |
| | Genres musicaux | -1869121,589 | 2716021,860 | -,033 | ,492 |
| | Famille artistique (oui / non) | 129499484,61 2 | 38110350,043 | ,817 | ** ,001 |
| | Age | -1076611,269 | 189272,920 | -,296 | ** ,000 |
| | Sexe | 9603243,616 | 6496715,792 | ,079 | ,140 |
| | Décédé (oui / non) | - 10136698,891 | 9184740,881 | -,056 | ,270 |
| | Famille X death | 14526392,805 | 25345022,969 | ,031 | ,567 |
| | Famille X sexe | - 38181265,306 | 15234550,820 | -,386 | ** ,013 |
| | Famille X age | -1193659,793 | 511175,642 | -,424 | ** ,020 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,012$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,159$
Variable dépendante : nombre total de fans (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Spotify)

Régression 5

| | Modèles | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
|---------------|--|-------------------|-----------------|------------------|----------------|
| 1 | (Constant) | 8411109,012 | 44238259,540 | | ,849 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 10963577,265 | 44208762,722 | ,075 | ,804 |
| | Niveau scolaire en musique | 80262,215 | 221629,508 | ,110 | ,717 |
| | Genres musicaux | -3898571,352 | 2155492,203 | -,091 | ,071 |
| 2 | (Constant) | 19882920,631 | 41956829,031 | | ,636 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 13775667,130 | 41419033,035 | ,095 | ,740 |
| | Niveau scolaire en musique | 106591,916 | 207410,210 | ,146 | ,608 |
| | Genres musicaux | -1280724,370 | 2085036,633 | -,030 | ,539 |
| | Famille artistique (oui / non) | 118673632,14 8 | 29256567,149 | ,979 | ** ,000 |
| | Décédé (oui / non) | -7246126,066 | 7050945,164 | -,052 | ,305 |
| | Sexe | 10914620,330 | 4987401,103 | ,118 | ** ,029 |
| | Age | -702163,103 | 145301,103 | -,252 | ** ,000 |
| | Famille X death | 6867225,584 | 19456876,296 | ,019 | ,724 |
| | Famille X sexe | - 33830625,325 | 11695265,422 | -,448 | ** ,004 |
| Famille X age | -1113826,409 | 392419,499 | -,517 | ** ,005 | |

| Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,009$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,152$ Variable dépendante : nombre total de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram) | | | | | |
|--|--|--------------|-----------------|------------------|----------------|
| Régression 6 | | | | | |
| | Modèles | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
| 1 | (Constant) | 2251693,682 | 22231800,421 | | ,919 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 6382312,787 | 22216976,887 | ,087 | ,774 |
| | Niveau scolaire en musique | 43614,943 | 111379,223 | ,119 | ,696 |
| | Genres musicaux | -1756557,822 | 1083235,936 | -,081 | ,106 |
| 2 | (Constant) | 6653563,439 | 21381627,548 | | ,756 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 7113926,345 | 21107561,228 | ,097 | ,736 |
| | Niveau scolaire en musique | 49345,286 | 105698,356 | ,135 | ,641 |
| | Genres musicaux | -950950,617 | 1062555,911 | -,044 | ,371 |
| | Famille artistique (oui / non) | 77999685,005 | 14909444,697 | 1,282 | ** ,000 |
| | Décédé (oui / non) | -1784009,604 | 3593233,493 | -,026 | ,620 |
| | Sexe | 2424277,428 | 2541630,416 | ,052 | ,341 |
| | Age | -216163,805 | 74046,922 | -,155 | ** ,004 |
| | Famille X death | 6052554,171 | 9915422,395 | ,033 | ,542 |
| | Famille X sexe | - | 5960026,415 | -,555 | ** ,000 |
| | Famille X age | 21042039,634 | 199980,975 | -,675 | ** ,000 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,008$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,126$
 Variable dépendante : nombre d'abonnés Facebook

Dans le tableau 6, nous pouvons voir différents résultats statistiquement significatifs pour la famille artistique. En premier lieu, les régressions qui ont été conduites ont démontrés que le fait d'appartenir à une famille artistique a un effet positif et significatif sur le nombre de *fans* tel qu'observé sur la figure 2. Concernant les réseaux sociaux (FANS_SN), les régressions qui ont été effectués démontrent que la famille artistique a un effet positif significatif sur le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux tel que démontré sur la figure 3. Sur la figure 4, nous observons que la famille a également un effet positif significatif sur le nombre d'abonnés Facebook : un artiste qui fait partie d'une famille artistique aura beaucoup plus de *fans* sur Facebook. Ensuite, la famille artistique en interaction avec la variable

DEATH, a un effet positif sur le nombre total d'albums vendus, indiquant qu'un artiste qui est décédé et qui fait partie d'une famille artistique vendra beaucoup plus d'albums comme nous pouvons le voir dans la figure 5. Sur la figure 6, nous pouvons observer que cette même interaction a un effet positif sur le nombre d'albums vendus pour l'album avec la plus haute certification (meilleur album). Ce résultat indique qu'un artiste décédé et qui fait partie d'une famille artistique vendra beaucoup plus pour son meilleur album. Ensuite, l'interaction de la famille artistique avec la variable SEXE, a un effet positif sur le nombre de *fans*, indiquant que le fait d'appartenir à une famille artistique est d'être un artiste de sexe masculin, a un effet positif et significatif sur le nombre de *fans* tel qu'observé sur la figure 7. Sur la figure 8, nous observons que l'interaction FAMILLE_ART X AGE a un effet positif significatif sur le nombre de *fans*, indiquant qu'un artiste âgé entre 21 et 30 ans et qui fait partie d'une famille artistique aura beaucoup plus de *fans*. L'interaction FAMILLE_ART X SEXE démontre sur la figure 9, qu'un artiste de sexe masculin qui fait partie d'une famille artistique aura beaucoup plus de *fans* sur les réseaux sociaux. Ensuite, la figure 10 met en évidence l'interaction FAMILLE_ART X AGE, qui démontre un effet positif sur le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux, indiquant qu'un artiste qui fait partie d'une famille artistique, et qui est âgé entre 21 et 30 ans, aura beaucoup plus de *fans* sur les réseaux sociaux. Enfin, un artiste âgé entre 31 et 40 ans aura bien plus d'abonnés sur Facebook s'il fait partie d'une famille artistique comme le démontre la figure 11.

Concernant les autres résultats qui ont été découverts, la variable AGE est l'une des plus significative. Celle-ci a un effet positif sur le nombre total d'albums vendus, démontrant qu'un artiste qui a plus de 50 ans vendra plus d'albums tel que représenté sur la figure 12. Ensuite, la variable AGE a un effet positif avec le nombre d'abonnés sur Spotify, indiquant qu'un artiste âgé entre 31 et 40 ans aura beaucoup plus d'auditeurs par mois sur Spotify tel qu'observé sur la figure 13. Sur la figure 14, cette même variable a un effet positif sur le nombre de *fans* total indiquant qu'un artiste âgé entre 21 et 30 ans aura beaucoup plus de *fans*. Sur la figure 15, si l'artiste est âgé entre 21 et 30 ans, il aura beaucoup plus de *fans* sur les réseaux sociaux. Nous observons également pour l'âge, qu'un artiste âgé entre 31 et 40 ans, aura beaucoup plus d'abonnés sur Facebook tel qu'observé sur la figure 16.

Enfin, la variable GENRE a un effet positif sur le nombre d'albums vendus pour le meilleur album, indiquant que si un artiste fait partie du genre pop/rock, il vendra beaucoup plus pour son meilleur album tel que démontré par la figure 17. Nous observons sur la figure 18, qu'un artiste de sexe féminin aura beaucoup plus de *fans* sur les réseaux sociaux. Enfin, un artiste de sexe masculin qui fait partie d'une famille artistique aura beaucoup plus de *fans* sur Facebook comme nous pouvons l'observer sur la figure 19.

Figure 2 : la famille artistique et le nombre de fans total

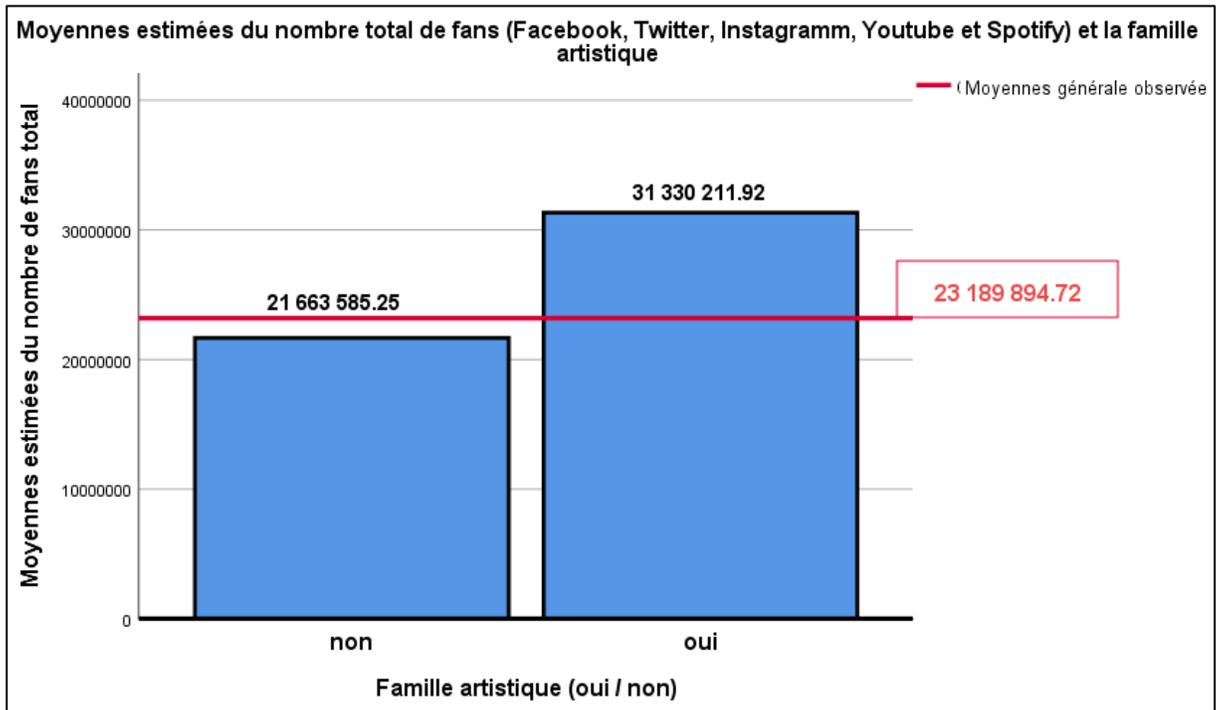


Figure 3 : la famille artistique et le nombre de fans sur les réseaux sociaux

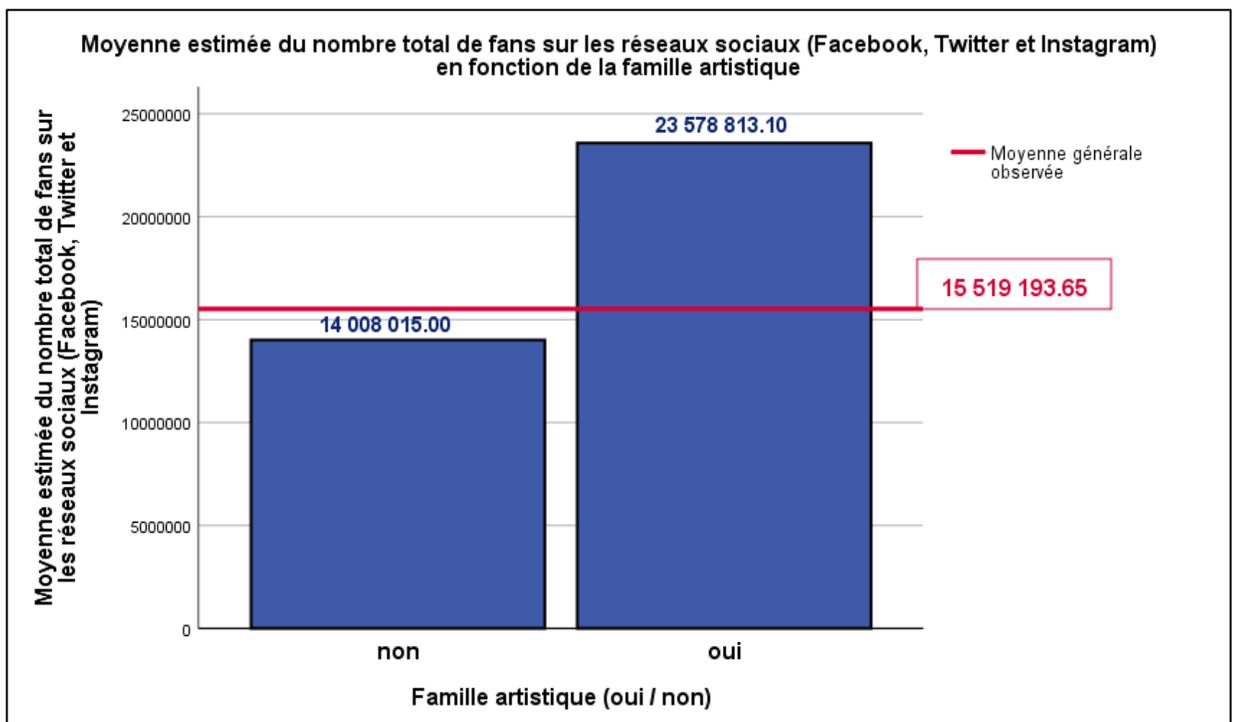


Figure 4 : la famille artistique et le nombre d'abonnés sur Facebook

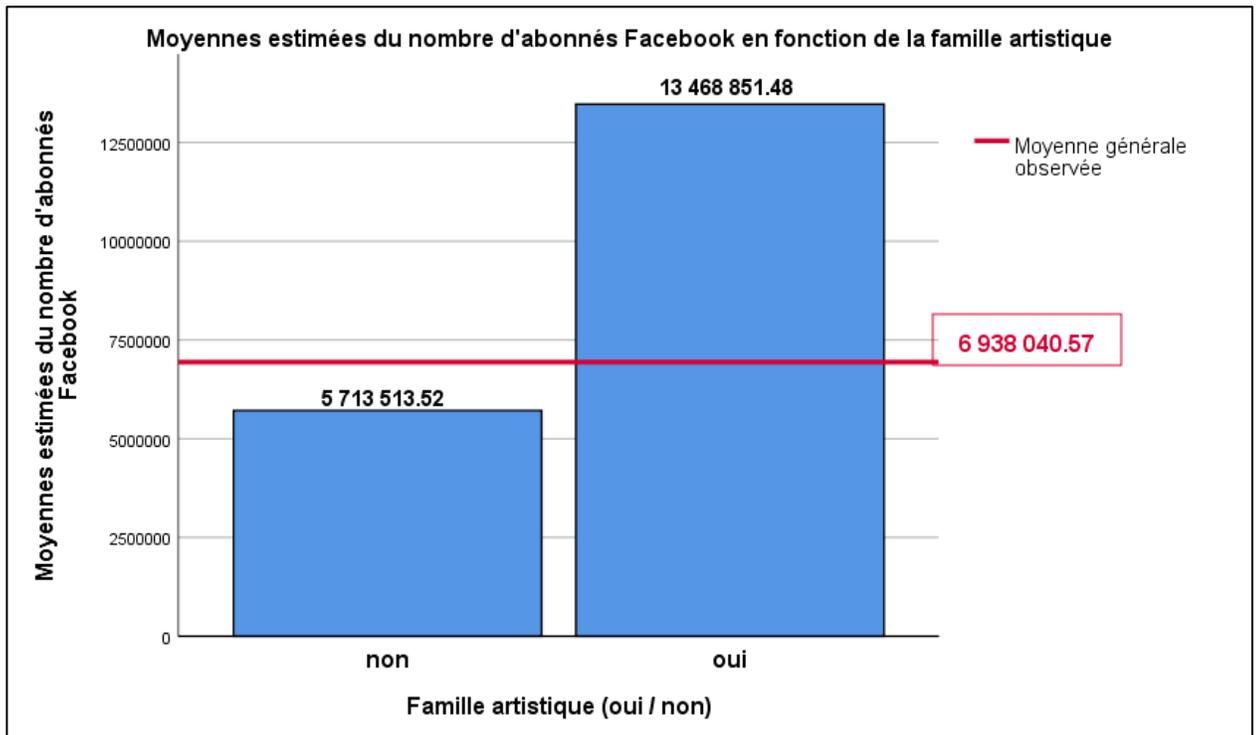


Figure 5 : la famille artistique, le décès et le nombre d'albums vendus

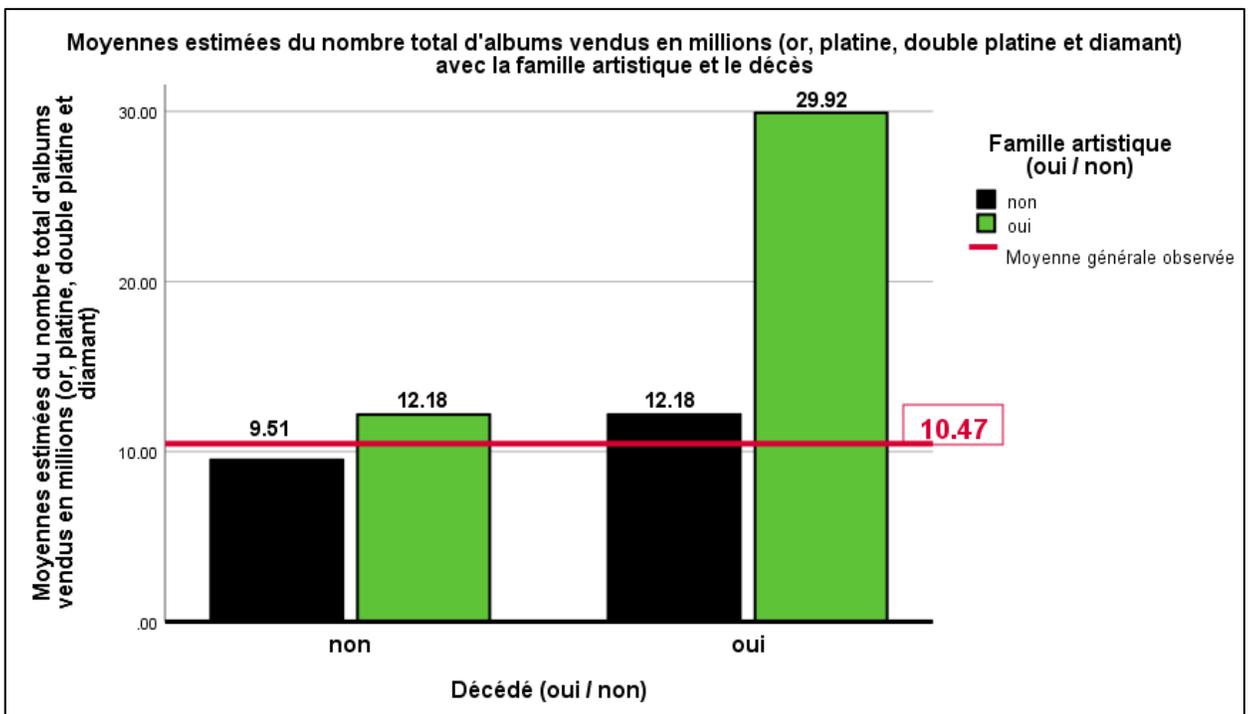


Figure 6 : le nombre d'albums vendus pour le meilleur album, la famille artistique et le décès

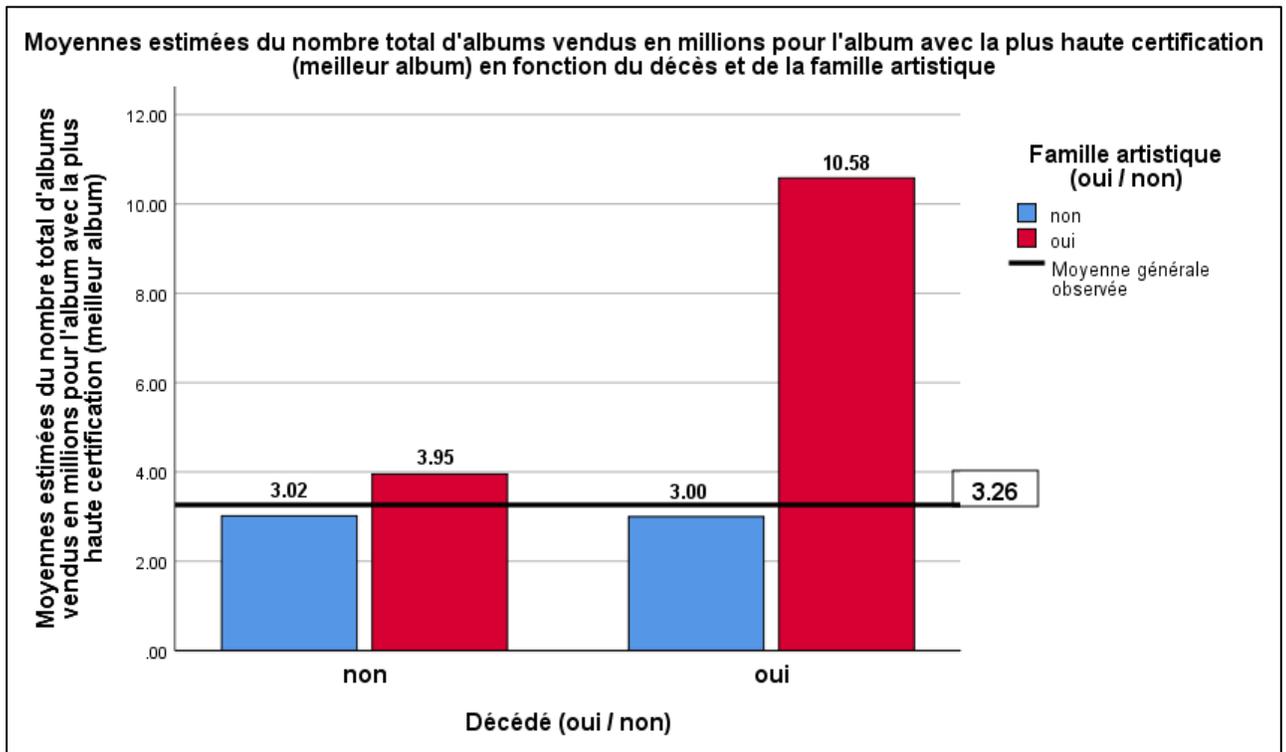


Figure 7 : la famille artistique, et le sexe avec le nombre de fans total

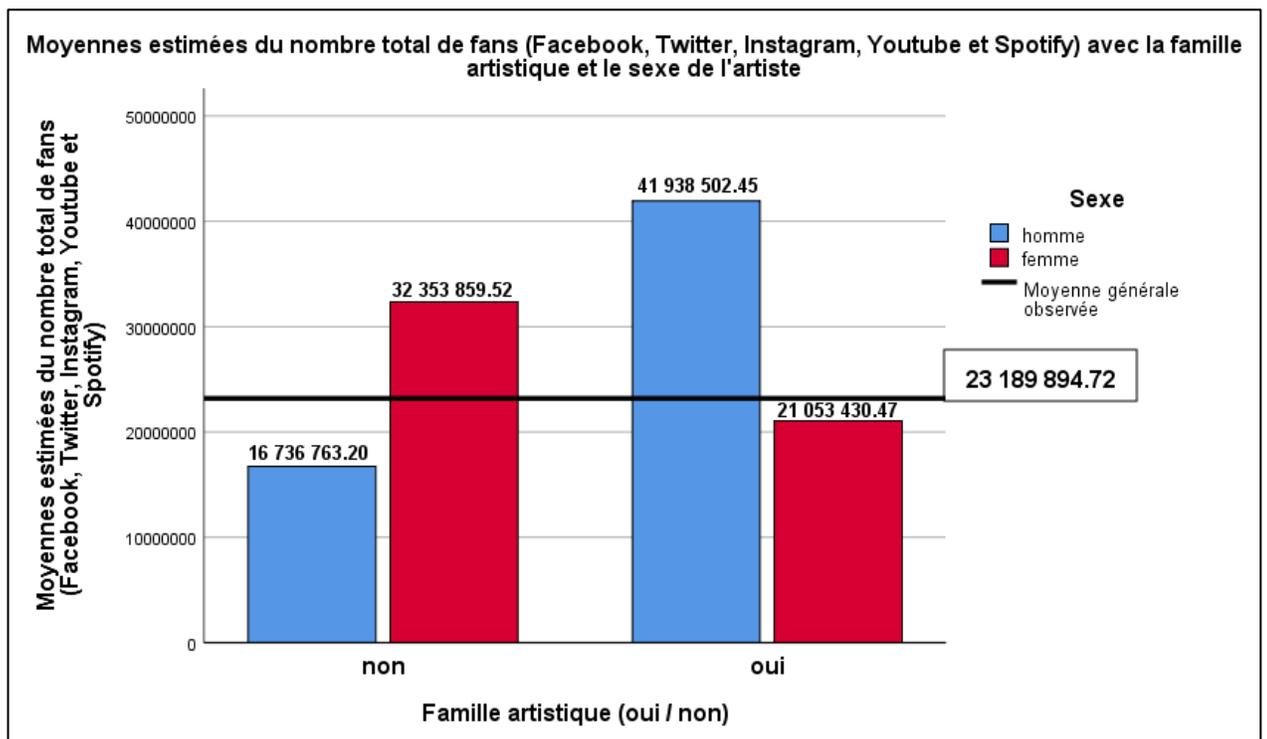


Figure 8 : la famille artistique, l'âge et le nombre de fans total

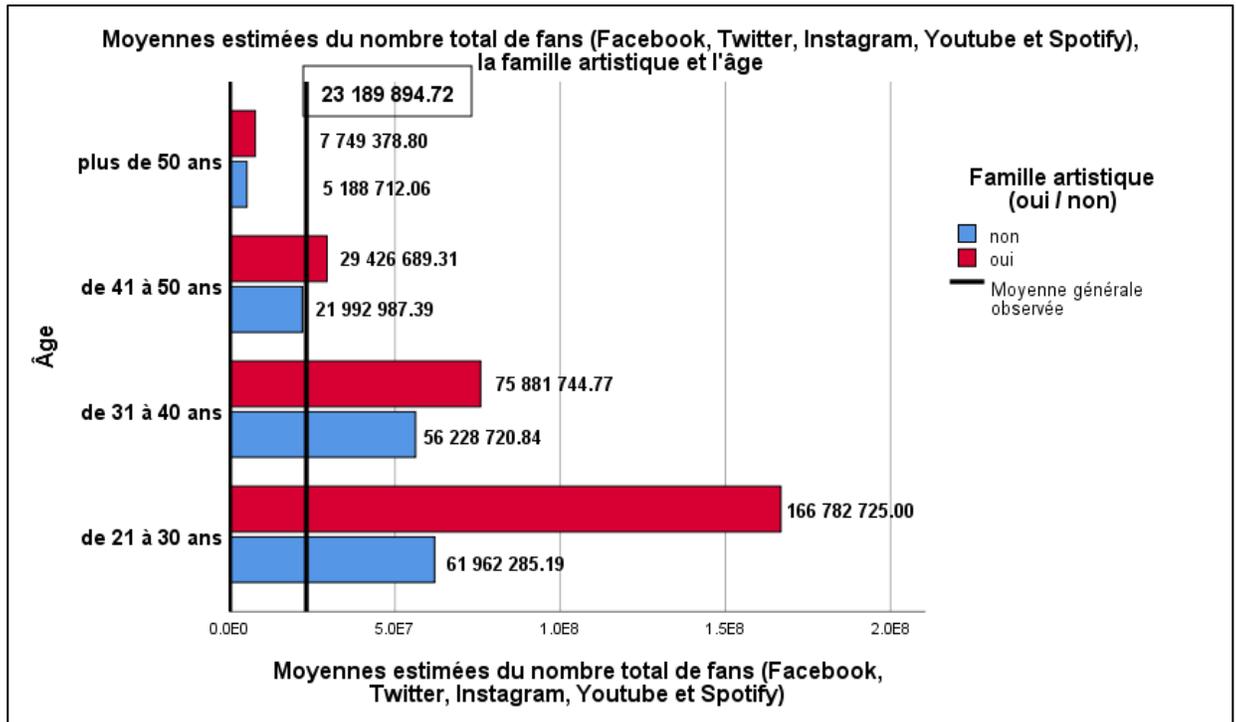


Figure 9 : la famille artistique, le sexe et le nombre de fans sur les réseaux sociaux

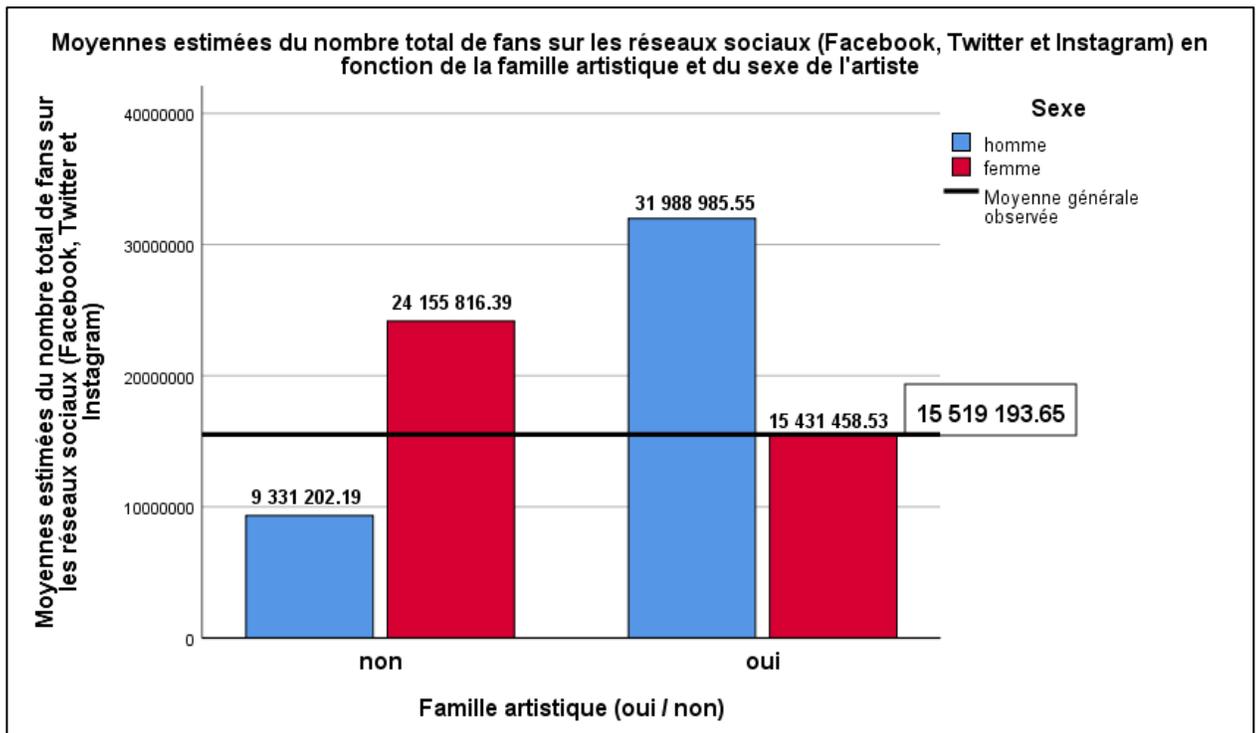


Figure 10 : la famille artistique, l'âge et le nombre de fans sur les réseaux sociaux

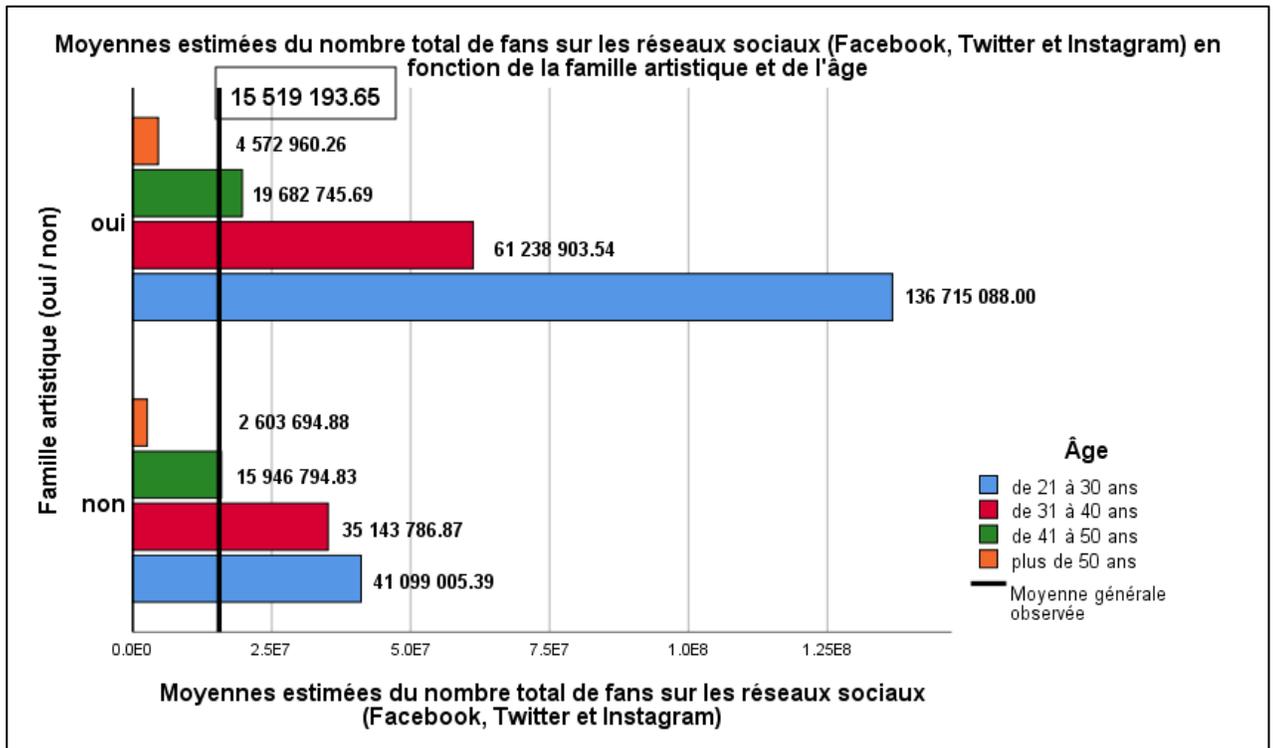


Figure 11 : la famille artistique, l'âge et le nombre d'abonnés sur Facebook

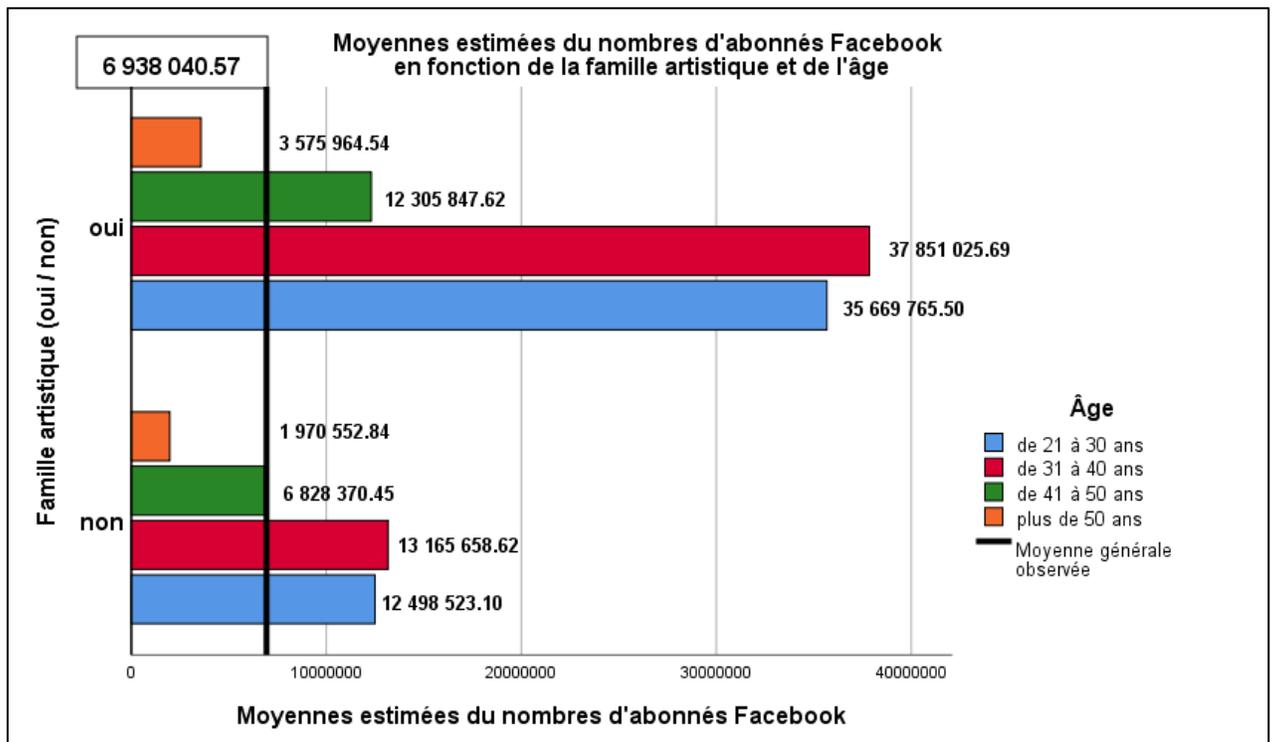


Figure 12 : l'âge et le nombre d'albums vendus

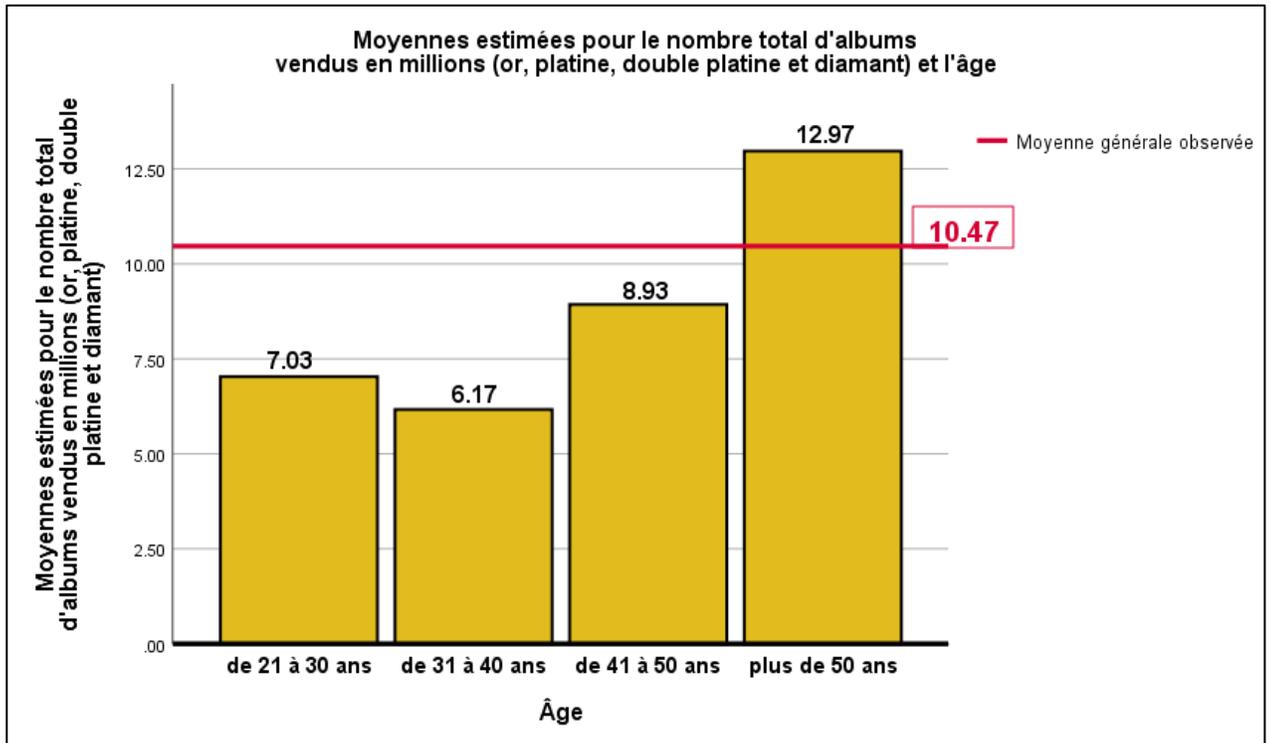


Figure 13 : L'âge et le nombre d'auditeurs Spotify par mois

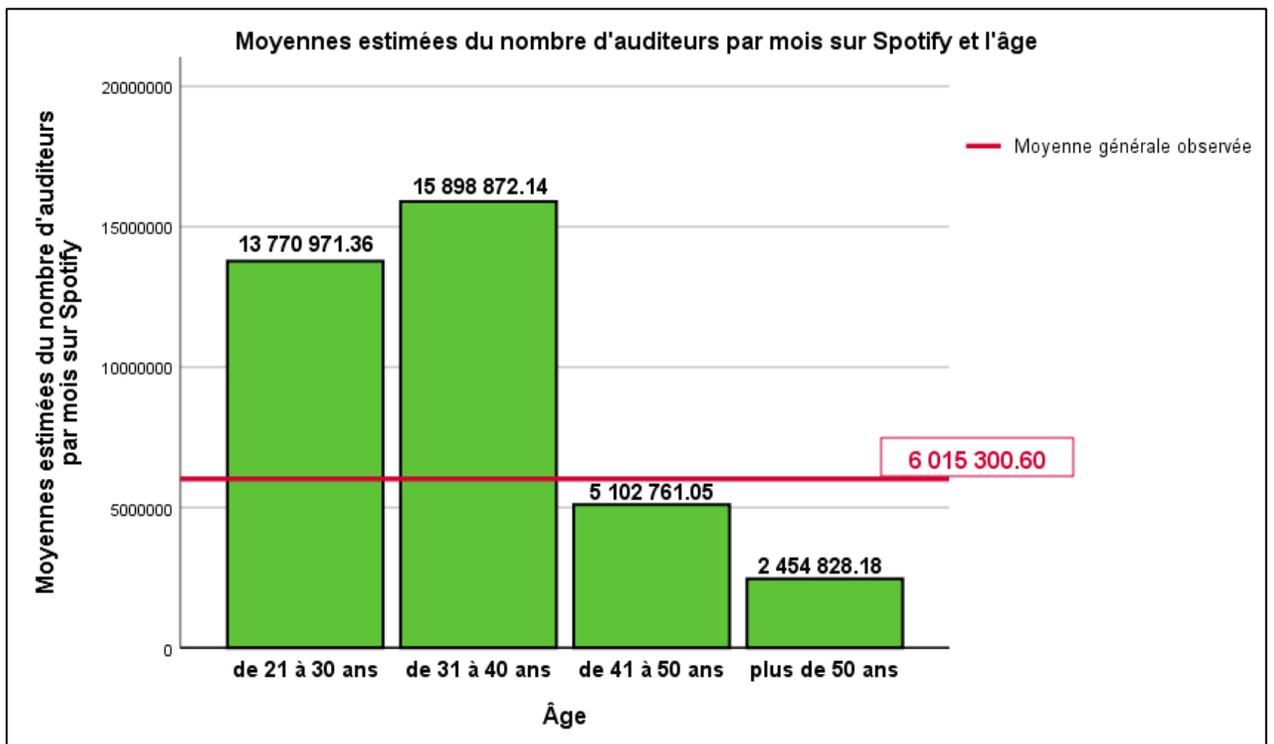


Figure 14 : l'âge et le nombre de fans total

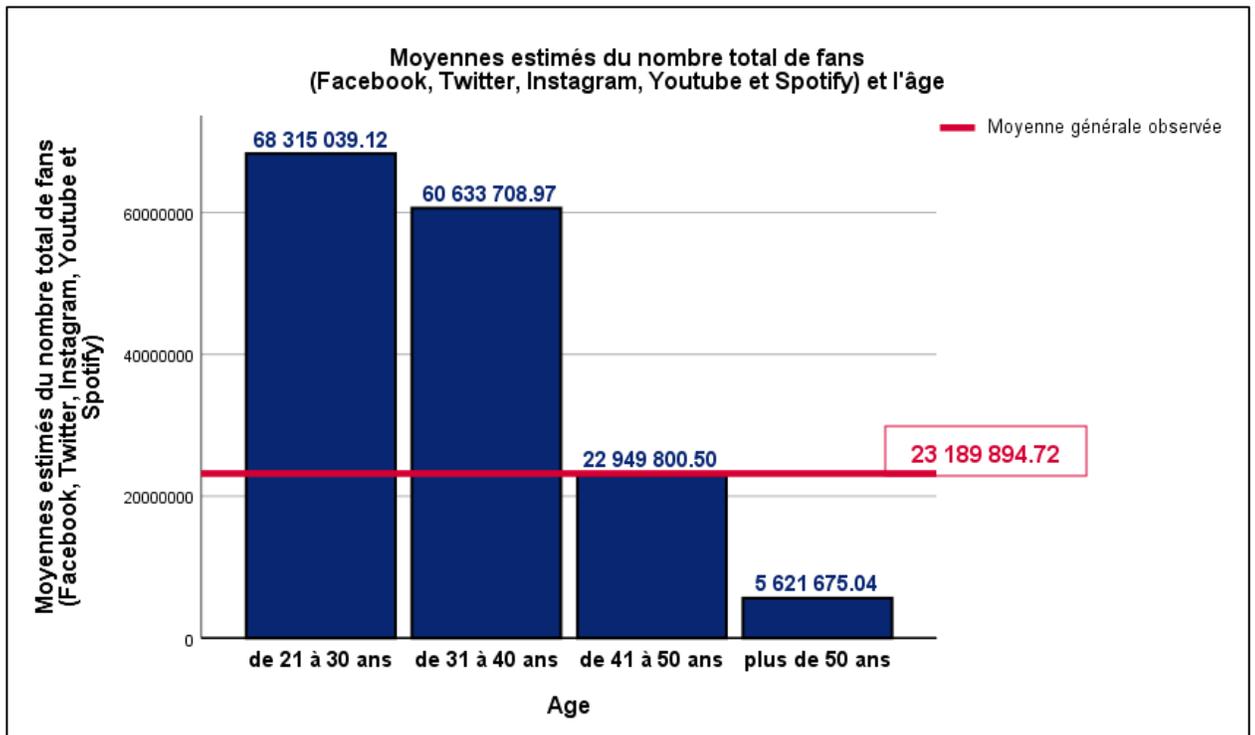


Figure 15 : l'âge et le nombre de fans sur les réseaux sociaux

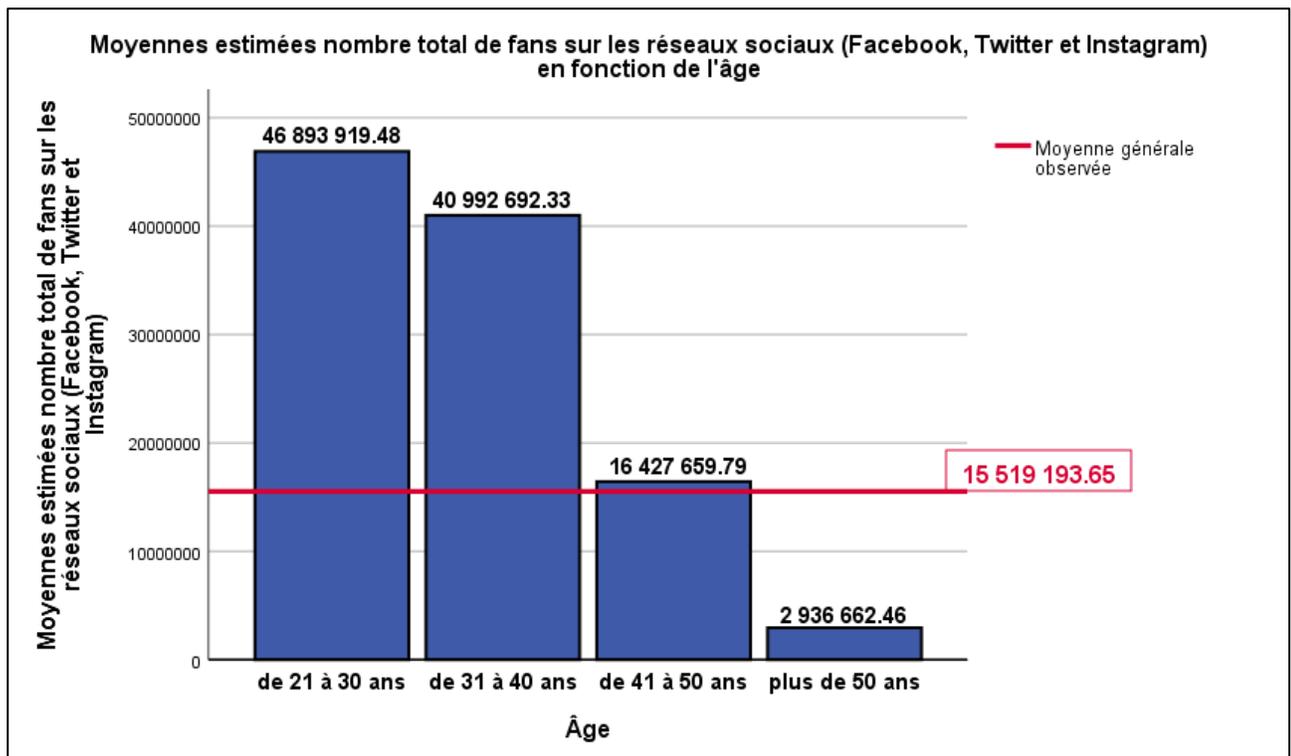


Figure 16 : l'âge et le nombre de fans sur Facebook

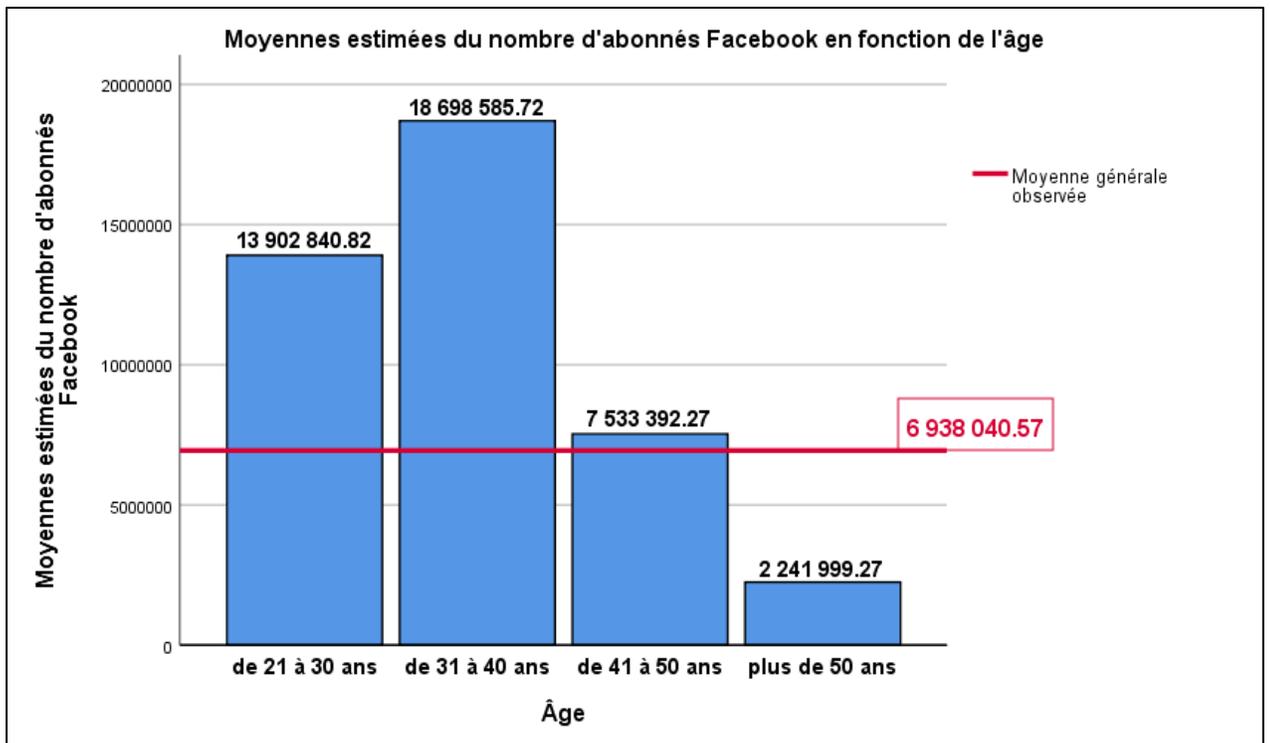


Figure 17 : le genre et le nombre d'albums vendus pour le meilleur album

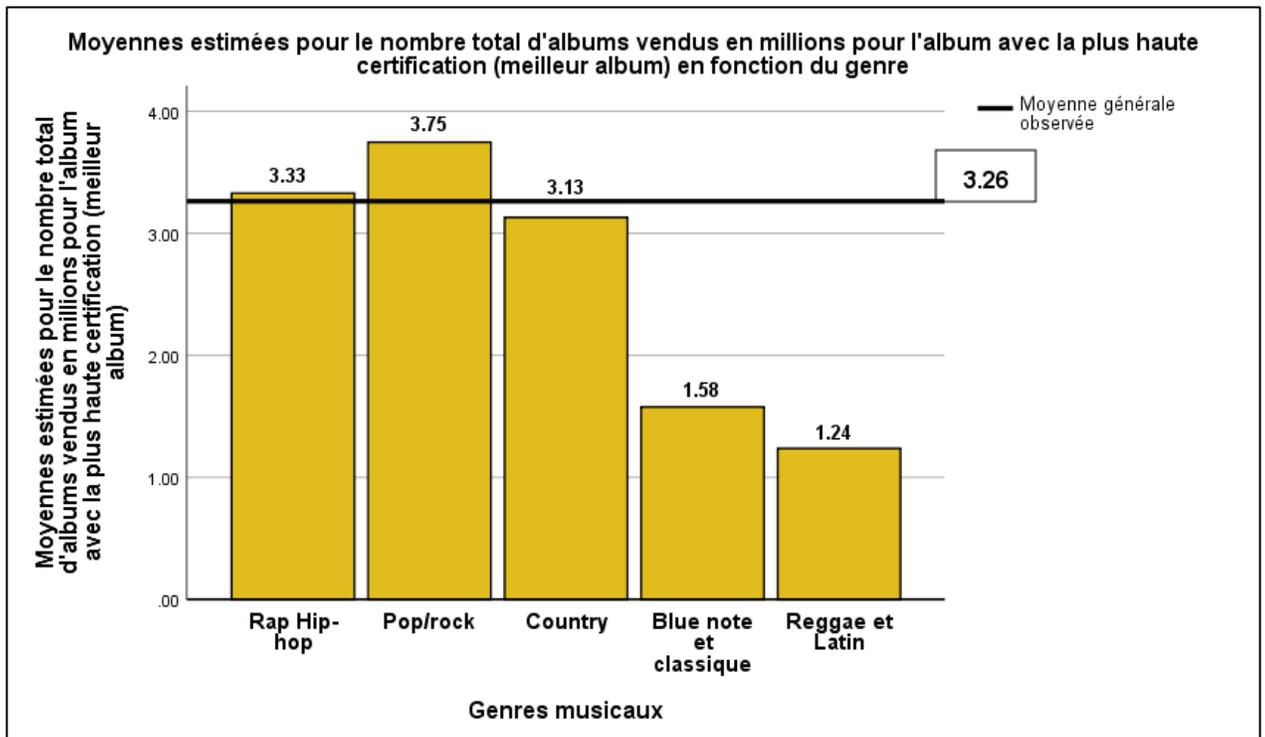


Figure 18 : le sexe et le nombre de fans sur les réseaux sociaux

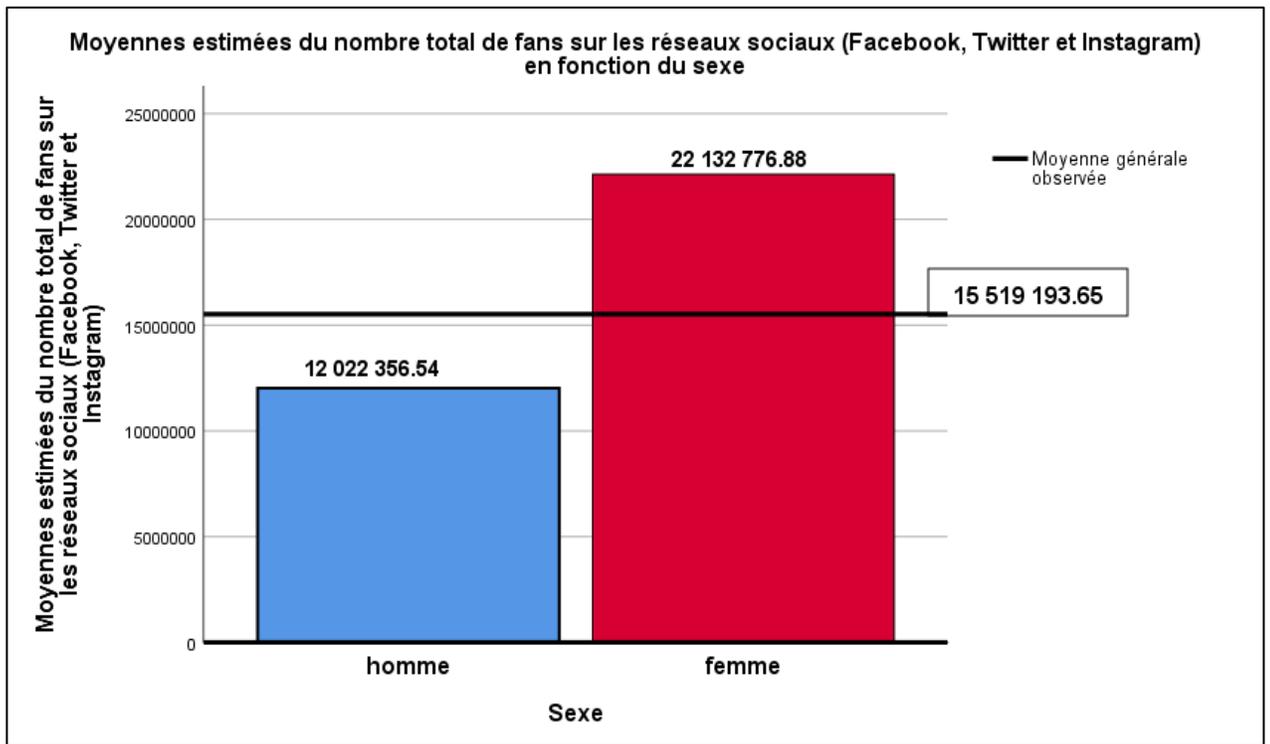
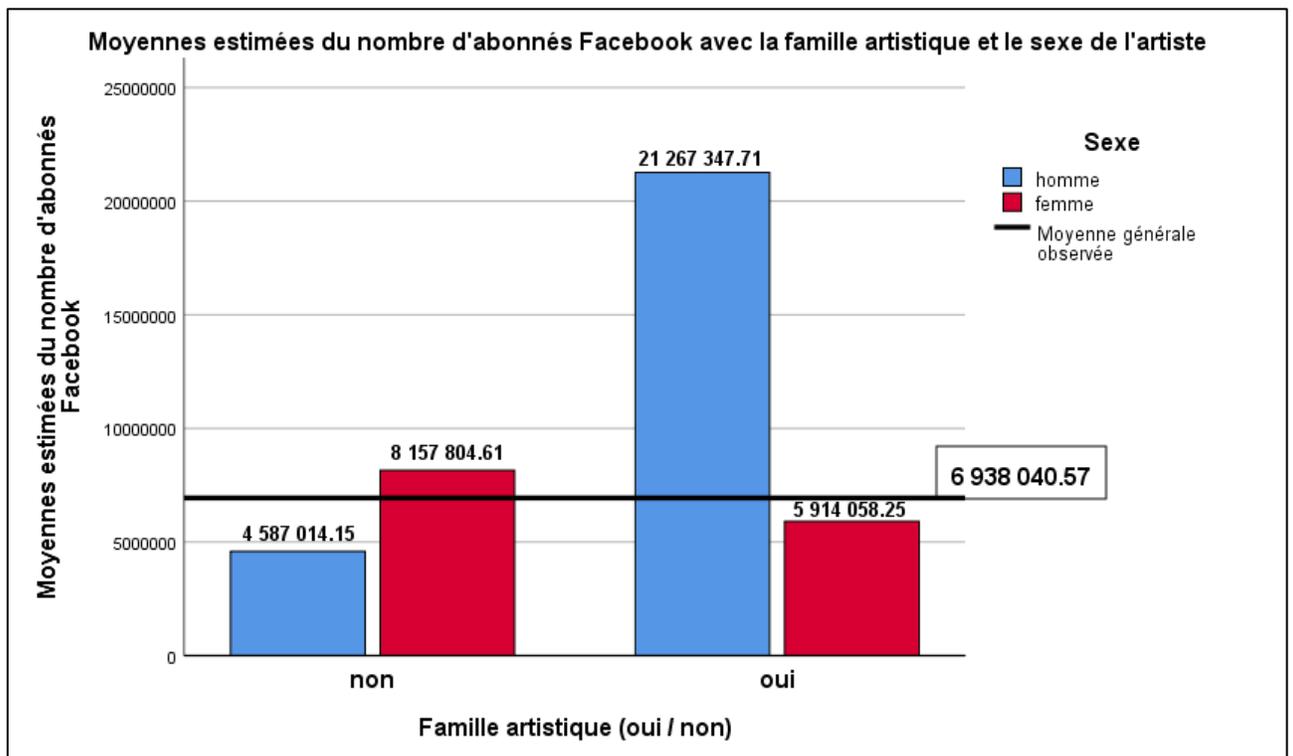


Figure 19 : la famille artistique, le sexe et le nombre d'abonnés sur Facebook



Ainsi, pour notre première hypothèse, la famille artistique a un impact positif de façon individuel sur les variables dépendantes suivantes :

- Le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux (FANS_SN),
- Le nombre de *fans* sur Facebook (FB_FOLLOWERS),
- Le nombre de *fans* total (FANSBASE).

Ensuite, elle a un impact positif sur d'autres variables dépendantes en interaction avec certaines variables :

- FAMILLE_ART X DEATH + TOTAL_NMBR_DALBUM_VENDUS
- FAMILLE_ART X DEATH +
NMBR_DALBUM_VENDUS_BEST_CERTIFIE
- FAMILLE_ART X SEXE + FANS_BASE
- FAMILLE_ART X AGE + FANS_BASE
- FAMILLE_ART X SEXE + FANS_SN
- FAMILLE_ART X AGE + FANS_SN
- FAMILLE_ART X SEXE + FB_FOLLOWERS
- FAMILLE_ART X AGE + FB_FOLLOWERS

Enfin, d'autres variables tel, que l'âge et le sexe, ont un impact significatif sur les variables dépendantes suivantes :

Pour l'âge : le nombre d'abonnés sur Facebook, le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux, le nombre de *fans* total et le nombre d'albums vendus, et pour le sexe : le nombre de fans sur les réseaux sociaux.

Dans la prochaine partie, nous nous intéresserons aux régressions qui ont été effectuées dans le cadre de notre seconde hypothèse soit, la formation professionnelle.

4.1.2 La formation professionnelle en musique et le succès commercial

Notre deuxième hypothèse était la suivante :

H2 : le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique a un impact positif sur le succès commercial.

Le tableau 7 ci-dessous, présente les résultats obtenus à la suite de la réalisation d'une série de régressions pour notre seconde hypothèse.

Tableau 7 : résultats des régressions pour la formation professionnelle en musique (H2)

| Régression 7 | | | | | |
|---------------------|--|--------------|-----------------|------------------|----------------|
| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
| 1 | (Constant) | 474,308 | 127,551 | | ,000 |
| | Famille artistique (oui / non) | 2,767 | 2,221 | ,062 | ,214 |
| | Niveau scolaire en musique | ,008 | ,013 | ,029 | ,560 |
| | Genres musicaux | -,671 | ,778 | -,042 | ,389 |
| | Année de lancement du meilleur album | -,235 | ,064 | -,181 | ,000 |
| | Mois de lancement du meilleur album | ,745 | ,259 | ,142 | ,004 |
| 2 | (Constant) | 439,968 | 212,973 | | ,040 |
| | Famille artistique (oui / non) | 2,702 | 2,263 | ,060 | ,233 |
| | Niveau scolaire en musique | ,052 | ,081 | ,195 | ,515 |
| | Genres musicaux | -,807 | ,818 | -,051 | ,324 |
| | Année de lancement du meilleur album | -,223 | ,105 | -,171 | ** ,034 |
| | Mois de lancement du meilleur album | ,753 | ,264 | ,144 | ** ,005 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 19,747 | 21,041 | ,367 | ,349 |
| | Décédé (oui / non) | 2,455 | 2,820 | ,048 | ,384 |
| | Sexe | -,232 | 1,858 | -,007 | ,901 |
| | Age | ,004 | ,084 | ,004 | ,961 |
| | Formation X death | -16,255 | 10,463 | -,086 | ,121 |
| | Formation X sexe | -4,101 | 5,767 | -,124 | ,477 |
| | Formation X age | -,058 | ,167 | -,060 | ,727 |
| | <p>Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,065$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,073$ Variable dépendante : nombre d'albums vendus au total (Or, platine, double-platine et diamant)</p> | | | | |
| Régression 8 | | | | | |
| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
| 1 | (Constant) | 7356697,216 | 4027550,534 | | ,069 |
| | Famille artistique (oui / non) | -737847,883 | 2950307,456 | -,013 | ,803 |
| | Niveau scolaire en musique | 11797,142 | 17748,896 | ,033 | ,507 |
| | Genres musicaux | -1549212,664 | 1045174,548 | -,075 | ,139 |
| 2 | (Constant) | 14433991,097 | 21512548,608 | | ,503 |
| | Famille artistique (oui / non) | 68161,142 | 2953991,659 | ,001 | ,982 |

| | | | | | |
|--|--|--------------|--------------|-------|----------------|
| | Niveau scolaire en musique | 61245,848 | 106458,128 | ,173 | ,565 |
| | Genres musicaux | -640208,140 | 1066289,708 | -,031 | ,549 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -1351336,648 | 27800806,013 | -,019 | ,961 |
| | Décédé (oui / non) | -1200523,401 | 3482489,833 | -,018 | ,730 |
| | Sexe | -2757960,195 | 2450903,311 | -,061 | ,261 |
| | Age | -286722,933 | 73605,553 | -,213 | ** ,000 |
| | Formation X death | -737697,282 | 13853043,842 | -,003 | ,958 |
| | Formation X sexe | 2500612,038 | 7607095,607 | ,058 | ,743 |
| | Formation X age | 147837,058 | 220583,635 | ,115 | ,503 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,007$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,047$
Variable dépendante : nombre d'auditeurs Spotify par mois

Régression 9

| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
|---------|--|--------------|-----------------|------------------|----------------|
| 1 | (Constant) | 25927868,890 | 10830075,049 | | ,017 |
| | Famille artistique (oui / non) | 9233518,002 | 7933370,642 | ,058 | ,245 |
| | Niveau scolaire en musique | 43422,199 | 47726,745 | ,046 | ,363 |
| | Genres musicaux | -5557206,895 | 2810472,196 | -,099 | ,049 |
| 2 | (Constant) | 50453693,297 | 55297021,452 | | ,362 |
| | Famille artistique (oui / non) | 10497465,764 | 7593100,339 | ,066 | ,168 |
| | Niveau scolaire en musique | 205474,798 | 273645,746 | ,215 | ,453 |
| | Genres musicaux | -972233,328 | 2740848,884 | -,017 | ,723 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -2026627,922 | 71460699,265 | -,011 | ,977 |
| | Décédé (oui / non) | -9870847,214 | 8951580,704 | -,055 | ,271 |
| | Sexe | 2487570,397 | 6299934,769 | ,020 | ,693 |
| | Age | -1299666,879 | 189199,705 | -,357 | ** ,000 |
| | Formation X death | 8885088,408 | 35608615,068 | ,013 | ,803 |
| | Formation X sexe | 5254713,475 | 19553691,041 | ,045 | ,788 |
| | Formation X age | 453771,354 | 567000,137 | ,131 | ,424 |

Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,015$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,137$
Variable dépendante : nombre total de fans (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Spotify)

Régression 10

| Modèles | | B | Erreur standard | Bêta standardisé | Sig. (P) |
|---------|--------------------------------|-------|-----------------|------------------|----------|
| 1 | (Constant) | 3,756 | ,812 | | ,000 |
| | Famille artistique (oui / non) | ,598 | ,595 | ,050 | ,315 |

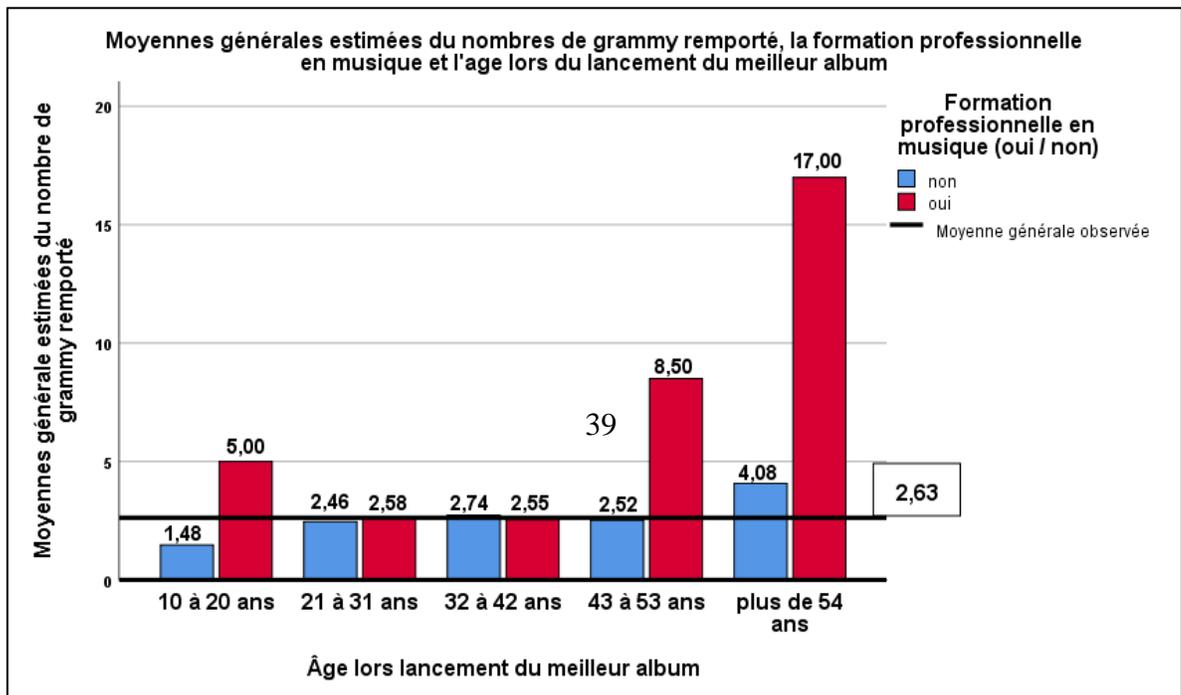
| | | | | | |
|--|--|--------|-------|-------|----------------|
| | Niveau scolaire en musique | -,003 | ,004 | -,049 | ,330 |
| | Genres musicaux | -,278 | ,211 | -,066 | ,188 |
| 2 | (Constant) | -1,662 | 4,322 | | ,701 |
| | Famille artistique (oui / non) | ,506 | ,593 | ,043 | ,394 |
| | Niveau scolaire en musique | ,010 | ,021 | ,146 | ,626 |
| | Genres musicaux | -,488 | ,222 | -,116 | ** ,029 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -4,292 | 5,593 | -,302 | ,443 |
| | Décédé (oui / non) | -,236 | ,753 | -,017 | ,754 |
| | Sexe | ,815 | ,495 | ,090 | ,101 |
| | Formation X death | ,750 | 2,974 | ,015 | ,801 |
| | Formation X sexe | 1,359 | 1,522 | ,155 | ,372 |
| | Age de l'artiste lors du lancement de son meilleur album | ,065 | ,025 | ,158 | ** ,010 |
| | Formation X lancement | ,161 | ,080 | ,362 | ** ,045 |
| <p>Note : ** Significatif lorsque $P < ,05$; modèle 1 $R^2 = ,010$ et modèle 2 $\Delta R^2 = ,059$ Variable dépendante : nombre de grammy remportés</p> | | | | | |

Pour cette deuxième hypothèse, les variables indépendantes et de contrôles étaient sensiblement les mêmes avec pour exception : l'ajout de YEAR_RELEASE et MONTH_RELEASE comme variables de contrôle pour le nombre total d'albums vendus, ainsi que l'ajout de la variable AGE_LANCEMENT comme variable indépendante et en interaction avec la variable FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON pour les grammys. Afin d'alléger le texte, nous présenterons uniquement les résultats statistiquement significatifs. Tous les détails des régressions sont présentés dans l'annexe 2.

À la suite de nos régressions, nous observons que la formation professionnelle en musique a un effet statistiquement significatif sur le nombre de grammy remportés, lorsque cette variable est en interaction avec l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album. Ainsi, un artiste qui a suivi une formation professionnelle en musique, aura beaucoup plus de grammy, s'il avait plus de 54 ans au moment de lancement de son meilleur album tel qu'observé sur la figure 20. Ensuite, d'autres variables sont significatives, mais aucunement avec la formation professionnelle en musique. De ce fait, nous vous invitons à consulter l'annexe 3 pour les graphiques liés aux résultats décrits dans les prochaines lignes.

Le mois et l'année de lancement du meilleur album sont significatifs, et indiquent que si le meilleur album de l'artiste est lancé en novembre et avant 1980, ceci augmentera le nombre d'albums vendus en totalité pour l'artiste. La variable AGE est significatif avec le nombre d'auditeur Spotify par mois et le nombre de *fans* total : les artistes de 31 à 40 ans ont plus d'auditeurs par mois sur Spotify, et ceux âgés entre 21 et 30 ans ont beaucoup plus de *fans* total. Enfin, la catégorie de genre rap/hip-hop remporte plus de grammys, et un artiste qui avait plus de 54 ans lors du lancement de son meilleur album aura beaucoup plus de grammys.

Figure 20 : le nombre de grammys remportés, l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album et la formation professionnelle en musique



En résumé, le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique n'a aucun impact individuel sur les variables dépendantes. En revanche, la formation professionnelle en musique couplé à l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album, a un effet positif sur le nombre de grammy remporté. Ensuite, les variables du mois de lancement du meilleur album et l'année de lancement de celui-ci, ont un impact sur le nombre total d'albums vendus. De plus, le genre musical et l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album ont un impact positif sur le nombre de grammy remporté. Enfin, l'âge a un impact significatif sur le nombre d'auditeurs sur Spotify et sur le nombre de *fans* total.

4.3 Conclusion des analyses

Nous pouvons donc conclure que seule la famille artistique a un impact individuel sur le succès commercial. Cette variable seule a une influence sur le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram) et sur le nombre d'abonnés sur Facebook. En interaction avec les variables sexe ou âge, elle a un impact sur le nombre de *fans* total, le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux et le nombre d'abonnés sur Facebook. Ensuite, en interaction avec le fait que l'artiste soit décédé ou non, celle-ci à une influence sur le nombre total d'albums vendus et sur le nombre total d'albums vendus pour le meilleur album. Concernant le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique, cette variable a seulement un impact positif sur le nombre de grammy remporté, en interaction avec l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album. De plus, l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album a un effet positif sur le nombre de grammy remporté. Cependant, la variable âge à une influence individuelle significative sur : le nombre d'abonnés sur Facebook, le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux, le nombre de *fans* total, le nombre d'auditeurs par mois sur Spotify et le nombre d'albums vendus. Enfin, le mois de lancement et l'année de lancement du meilleur album ont un impact sur le nombre d'albums vendus. À la lumière de ces analyses, nous présenterons la conclusion de notre recherche.

Chapitre 5 : Conclusion

Nous arrivons au terme de ce mémoire. Dans ce dernier chapitre, nous parlerons des apports de notre mémoire et des principales limites de notre étude concernant la méthodologie qui a été choisie.

Chapitre 5 : Conclusion

5.1 L'apport de l'étude

Notre étude a permis de démontrer que le fait d'avoir des artistes professionnels dans la famille ou le fait d'avoir baigné dans un environnement artistique musicale, a un impact positif sur le succès commercial de l'artiste, notamment sur le nombre de fans et sur le nombre total d'albums vendus. En revanche, le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique n'a aucun impact sur le succès commercial de l'artiste. Notre étude a notamment démontré que l'âge avait une influence positive significative sur le nombre de *fans* total, sur le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux, le nombre d'auditeurs par mois sur Spotify et sur le nombre d'albums vendus. De manière générale, plus on est jeune, plus on a de *fans* sur les réseaux sociaux. De plus, notre recherche a démontré que le moment idéal de lancement d'un album est à la fin de l'année (plus précisément en novembre), et que la date de lancement est aussi importante pour le succès commercial. Nous avons aussi pu remarquer qu'un artiste aura plus d'albums vendus si son meilleur album a été lancé avant 1980 et s'il a plus de 50 ans au moment de lancement de cet album. Ceci peut être dû au fait que le téléchargement de musique sur des plateformes illégales ont fait leurs apparitions dans les années 2000 telles que Napster (en 1999), Limewire (en 2000) ou Emul (en 2002) tout comme YouTube (en 2005). De plus, le fait que ceux de plus de 50 ans vendent plus d'albums, peut aussi être dû au nombre d'années d'expérience nécessaire pour devenir expert dans un domaine comme le stipulait Simonton. Tandis que, le succès des jeunes artistes d'aujourd'hui serait plutôt dû au nombre de *fans* qui les suivent sur les réseaux sociaux et les soutiennent. Ensuite, nous avons aussi remarqué qu'une artiste de sexe féminin aura plus de *fans* sur les réseaux sociaux qu'un artiste de sexe masculin. Ce qui pourrait être la raison pourquoi un artiste de sexe féminin à plus de *fans* sur les réseaux sociaux.

Concernant les résultats des interactions significatives, la plupart sont justifiables. D'abord, celle de la famille avec la mort et le nombre d'albums vendus total, ainsi que le nombre d'albums vendus pour le meilleur album, appuient donc l'étude qui démontre qu'un artiste décédé vendra plus d'albums après son décès (Brandes, Nüesch et Franck, 2014). Donc, la famille en interaction avec la variable de décès est significative. Ensuite, l'interaction de la famille avec le sexe de l'artiste et le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux, le nombre

d'abonnés sur Facebook ou le nombre de *fans* total ; se justifie par le fait que, si le nombre de *fans* est aujourd'hui une mesure de succès qui peut avoir une valeur monétaire, la femme aura moins de *fans* sur les réseaux sociaux si elle n'a pas le niveau d'éducation requis. Les *fans* représentant aujourd'hui un salaire pour un artiste et le niveau d'éducation serait une valeur déterminante pour le salaire des femmes. (Ng, Eby, Sorensen et Feldman, 2005 ; Booth, 1991). Ensuite, l'interaction de la famille avec l'âge et avec le nombre de *fans* total, le nombre d'abonnés sur Facebook et le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux est significative pour les artistes de moins de 40 ans. Ceci s'explique par le fait que ces réseaux sociaux ont fait leurs apparitions récemment : Facebook (2004), Youtube (2005), Twitter (2006), Spotify (2006) et Instagram (2010). Donc difficile pour les plus âgés d'avoir plus de *fans* sur ces réseaux si la plupart d'entre eux ne connaissent pas l'outils. Enfin, concernant l'interaction de la formation professionnelle en musique avec l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album avec le nombre de grammys remportés ; ceci s'explique par le fait qu'il faut avoir assez de compétences et de connaissances dans le domaine comme le mentionnait Simonton. Ainsi, cette interaction est significative et ceux ayant plus de 50 ans lors du lancement de leurs meilleurs albums, auront plus de grammys.

Enfin, grâce à cette étude nous avons comblé un vide dans la littérature concernant le lien de causalité entre le fait d'avoir des artistes professionnels dans la famille ou le fait d'avoir baigné dans un environnement musical, et le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique avec le succès commercial. Aucunes études ne s'étaient intéressées à savoir comment le succès commercial d'un artiste se bâti. Nous avons donc été en mesure de démontrer qu'aujourd'hui le nombre de *fans* est une mesure de succès aussi importante que le nombre d'albums vendus.

5.2 Les limites de l'étude

Bien que nous ayons pu démontrer certains résultats dans notre étude, celle-ci a tout de même quelques limites. Tout d'abord, les artistes que nous avons choisis sont tous des artistes américains qui, de manière générale, sont déjà assez connu dans le milieu musical. La plupart des maisons de production qui contrôlent environ 88% du marché de la musique sont basés aux États-Unis (Nielsen, 2012). De plus, les artistes qui ont été sélectionnés pour cette étude ont tous au moins un disque d'or. Bien que le choix se soit fait de manière aléatoire sur le

site du *Recording Industry Association of America (RIAA)*, le nombre d'albums vendus sur ce site n'est répertorié qu'avec les artistes ayant au moins un disque d'or. Cependant, environ 85% de toute la musique qui est légalement enregistrée, produite et vendue aux États-Unis, est créée, distribuée ou manufacturée par les membres du RIAA. Notre étude étant quantitative, cette information était donc cruciale. De plus, nos artistes étant américains, notre étude est plutôt macro, car ces derniers sont en générale connus à travers le monde. Il aurait été intéressant d'avoir un point de vue à l'échelle nationale par exemple. Hormis les limites globales de cette étude, nous en avons aussi eu sur le fait que notre étude soit uniquement quantitative.

En effet, notre étude dépendait surtout de chiffres afin de pouvoir faire ressortir des liens de causalités. Ainsi, le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram) et sur les plateformes de streaming ou d'écoute (tel que YouTube ou Spotify) peuvent avoir changé au moment où vous lisez ce mémoire. Mais une fois encore, cette information était vitale vu que le nombre de fans est une mesure de succès assez importante. (Tarik, 2018 ; Genono, 2015 ; Centre d'informations et de ressources pour les musiques actuelles, 2014 et Ostrow, 2014). De plus, il est possible qu'une seule et même personne soit abonnée à trois artistes différents et sur différentes plateformes. Ensuite, il est possible d'avoir dans le nombre d'abonnés en ligne de l'artiste, des faux comptes, des comptes qui n'existent plus ou qui sont non utilisés, ou encore, des comptes qui ont été achetés pour augmenter le nombre de *fans* tel que le propose le site www.followerspascher.com et d'autres. De plus, notre étude aurait pu être plus intéressante avec un aspect qualitatif. En effet, il aurait été intéressant d'avoir en premier lieu l'opinion de certains experts dans le domaine ou tout simplement des personnes qui suivent des cours dans le domaine musical. Ceci aurait pu nous aider à soutenir ou infirmer certains points de vue et nous aurait permis de nous guider plus facilement dans le chapitre 48 sur nos variables. Enfin, nous avons eu des limites concernant notre façon de faire. Nous faisons allusion ici au fait qu'il aurait été intéressant de séparer ceux ayant des membres de la famille qui sont connus, versus les artistes qui ont baignés dans un environnement artistique parce-que certains membres de leurs familles ont des habiletés musicales.

À la lumière de ces informations, nous suggérons aux futurs intéressés qui souhaiteraient faire une étude sur le sujet, d'avoir une partie qualitative en interrogeant des experts dans le domaine. Ceci permettrait de rendre le travail plus riche, et d'avoir l'avis d'experts pour savoir ce qui est considéré, ou non, comme mesure de succès commercial dans l'industrie. Cette étude donne d'autres avenues de recherche, notamment la possibilité de refaire l'étude dans un milieu plus micro (comme au niveau national par exemple), en faisant des comparaisons avec un milieu macro afin de voir si les résultats diffèrent. De plus, il y a la possibilité d'ajouter d'autres variables de mesures de succès qui n'auraient pas été prises en considération, tel que le nombre de personnes qui assiste aux concerts par exemple. Enfin, il est possible de s'intéresser uniquement aux artistes qui ont acquis des habiletés musicales dans leurs familles sans que certains membres soient forcément des artistes professionnels.

Pour terminer, les résultats de ce mémoire restent concrets malgré ses limites. Il contribue aux connaissances dans le milieu des arts, mais surtout de la musique, en mettant en évidence ce qui peut être primordial aujourd'hui pour faire carrière dans le milieu musical (comme par exemple, l'âge où l'artiste débute). Il donne aussi une toute autre facette des clés du succès dans l'industrie musical, comme le nombre de *fans* sur les réseaux sociaux par exemple. Ainsi, à moins d'être un homme décédé d'une famille d'artiste connus, le fait d'avoir suivi une formation professionnelle en musique n'est pas la clé du succès, et ne promet pas la gloire.

Bibliographie

A&E Television Networks, LLC. (2019). *Biography*. Récupéré le 28 janvier 2018, sur www.biography.com: <https://www.biography.com/>

Abeles, H. (2004). «The Effect of Three Orchestra/School Partnerships on Students' Interest in Instrumental Music Instruction».». *Journal of Research in Music Education*, vol. 52,(no. 3), p. 248-263.

- ADISQ. (1988). «*Les retombées promotionnelles, artistiques et économiques du Gala des Félix, 1979-1987.*». Montréal.
- Anand, N. et Watson, R. M. (2004). «Tournament Rituals in the Evolution of Fields: The Case of the Grammy Awards». *The Academy of Management Journal*, vol. 47,(no. 1), p. 59-80.
- Arum, R. et Mueller, W. (2004). «The Reemergence of Self-employment: A Comparative Study of Self-employment Dynamics and Social Inequality,». *Princeton NJ*.
- Baptista, R., Karaöz, M. et Mendonça, J. (2014). « The impact of human capital on the early success of necessity versus opportunity-based entrepreneurs. ». *Small Business Economics*, vol. 42,(no. 4), p. 831-847.
- Bengt, M. (1993). « Kinskap i handling.». *Diadalos*.
- Billboard (staff). (1983). «*NARM-Grammy tie ready*». Billboard.
- Bille, T. et Jensen, S. (2018). «Artistic education matters: survival in the arts occupations». *Journal of Cultural Economics*, vol. 42,(no. 1), p. 23-44.
- Bourdieu, P. (1983). «The field of cultural production, or: The economic world reversed». *Poetics*, vol. 12,(no. 4-5), p. 311-356.
- Brandes, L., Nüesch, S., et Franck, E. (2014). « Death-related publicity as informational advertising: evidence from the music industry ». *Marketing Letters*, vol. 27,(no. 1), p. 143-157.
- Business dictionary. (2019). *BusinessDictionary*. Récupéré le 12 mars 2019, sur [www.businessdictionary.com: http://www.businessdictionary.com/definition/success.html](http://www.businessdictionary.com/definition/success.html)
- Business Wire. (2013). «*The Nielsen Company & Billboard's 2012 Music Industry Report.*». Récupéré le 26 novembre 2018, sur [www.businesswire.com: https://www.businesswire.com/news/home/20130104005149/en/Nielsen-Company-Billboard%E2%80%99s-2012-Music-Industry-Report](https://www.businesswire.com/news/home/20130104005149/en/Nielsen-Company-Billboard%E2%80%99s-2012-Music-Industry-Report)

Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles. (2014). «*Quand la Data locale se mondialise.*». Récupéré le 12 décembre 2018, sur www.irma.asso.fr:
<https://www.irma.asso.fr/Quand-la-data-locale-se-mondialise?lang=fr>

Clegg, H., Nettle, D. et Miell, D. (2011). «*Status and mating success amongst visual artists*». Récupéré le 6 septembre 2018, sur
<http://www.readcube.com/articles/10.3389/fpsyg.2011.00310>

Colombier, N. et Masclet, D. (2008). «Intergenerational correlation in self employment: some further evidence from French ECHP data.». *Small Business Economics*, vol. 30,(no. 4), p. 423-437.

Cooper, R. (2014, août 6). *Viacom*. Récupéré le 8 septembre 2018, sur «Consumer Insights: The Music Experience in 2014»: <http://blog.viacom.com/2014/08/consumer-insights-the-music-experience-in-2014/>

Delmestri, G., Montanari, F., et Usai, A. (2005). «Reputation and Strength of Ties in Predicting Commercial Success and Artistic Merit of Independents in the Italian Feature Film Industry». *Journal of Management Studies*, vol. 42,(no. 5), p. 975-1002.

Deschênes, B. (1990). «Un processus d'identification.». *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, vol. 21,(no. 2), p. 219-222.

Disc Makers Blog. (2014, septembre 2). «*How to measure success with key performance indicators.*». Récupéré le 15 novembre 2018, sur blog.discmakers.com:
<https://blog.discmakers.com/2014/09/how-to-measure-success-with-key-performance-indicators/>

Eby, T. L. et Lockwood, A. (2005). « Protégés' and mentors' reactions to participating in formal mentoring programs: A qualitative investigation ». *Journal of Vocational Behavior*, vol. 67,(no. 3), p. 441-458.

Eddy, E., Tannenbaum, S., Alliger, G., D'Abate, C., et Givens, S. (1991). « Job-related formal training : who receives it and what is worth ? ». *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 53,(no. 3), p. 281-94.

Encyclopédie financière. (2019). *Rachat du credit*. Récupéré le 13 mars 2019, sur www.rachatducredit.com: <https://www.rachatducredit.com/>

Facebook. (2019). *Facebook*. Récupéré le 10 janvier 2018 sur www.facebook.com: <https://fr-ca.facebook.com/>

Fédération International de l'Industrie phonographique (IFPI). (2016). «*Music Consumer Insight Report 2016*.». Récupéré le 4 septembre 2018, sur www.ifpi.org: <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2016.pdf>

Fédération International de l'Industrie phonographique (IFPI). (2017). «*IFPI - Enquête IPSOS coup de projecteur sur les nouveaux modes de consommation de la musique dans le monde*.». Récupéré le 22 août 2018, sur www.snepmusique.com: <http://www.snepmusique.com/actualites-du-snep/ifpi-enquete-ipsos-coup-de-projecteur-sur-les-nouveaux-modes-de-consommation-de-la-musique-dans-le-monde-2/>

Fédération International de l'Industrie phonographique (IFPI). (2018, mai). «*Music consumer insight report 2018*.». Récupéré le 25 novembre 2018, sur www.ifpi.org: <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>

Fédération International de l'Industrie phonographique (IFPI). (2018). *Global Music Report 2018*. Récupéré le 3 octobre 2018, sur www.ifpi.org: <https://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf>

Followers pas cher. (2018). *Likespumper*. Récupéré le 15 mars 2019, sur <https://www.followerspasher.com>: <https://www.followerspasher.com/acheter-des-fans-facebook/>

Futurpreneur Canada. (2013). *Futurpreneur Caanda*. Récupéré le 20 mars 2019, sur www.futurpreneur.ca: <https://www.futurpreneur.ca/fr/2013/how-does-one-define-success/>

Gasse, Y. (2003). «L'influence du milieu dans la création d'entreprise.». *Revue Organisations & territoires*, vol. 12,(no. 2), p. 49-56.

- Gasse, Y. et D'Amours, A. (2000). «Profession: Entrepreneur.». *Les Éditions Transcontinentales*.
- Green, L. (2005). «The Music Curriculum as Lived Experience: Children's " Natural " Music-Learning Processes.». *Music Educators Journal*, vol. 91,(no. 4), p. 27-32.
- Hunt, M. D et Michael, C. (1983). «Mentorship: A Career Training and Development Tool.». *Academy of Management Review*, vol. 8,(no. 3), p. 475-485.
- Instagram. (2019). *Instagram*. Récupéré le 20 mars 2019, sur www.instagram.com:
<https://www.instagram.com/?hl=fr-ca>
- Jarvin, L. et Subotnik, F. R. (2010). «Wisdom From Conservatory Faculty: Insights on Success in Classical Music Performance.». *Roeper Review*, vol. 32,(no. 2), p. 78-87.
- Kemp, A. E. et Mills, J. (2002). «Musical potential». *The science and psychology of music performance*, p. 3-16.
- Lilliestam, L. (1996). «On Playing by Ear.». *Popular Music*, vol. 15,(no. 2), p. 195-216.
- Lindquist, M. J., Joeri, S. et Van Praag, M. (2012). «Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? ». *IZA Discussion papers*(no. 6740). Récupéré le 10 septembre 2018, sur www.econstor.eu: <https://www.econstor.eu/handle/10419/62410>
- Manturzevska, M. (1990). «A Biographical Study of the Life-Span Development of Professional Musicians». *Psychology of Music*, vol. 18,(no. 2), p. 112-139.
- Musicmap. (2016). *Musicmap*. Récupéré le 26 janvier 2018, sur musicmap.info:
<https://musicmap.info/>
- Ng, T. W. H, Eby, L. T, Sorensen, K. L. et Feldman, D. C. (2005). « Predictors of objective and subjective career success: a meta-analysis ». *Personnel Psychology*, vol. 58,(no. 2), p. 367-408.
- Nielsen. (2014). «2014 Nielsen Music U.S report.». Récupéré le 13 août 2018, sur www.nielsen.com:

<https://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/public%20factsheets/Soundscan/nielsen-2014-year-end-music-report-us.pdf>

Nielsen. (2016). «*Etude Nielsen: 7 insights sur le marché de la musique.*». Récupéré le 14 juin 2018, sur viuz.com: <https://viuz.com/2016/01/12/etude-nielsen-7-insights-sur-le-marche-de-la-musique/>

Noisey Vice. (2015). «*Comment mesurer le succès d'un rappeur en 2015.*». Récupéré le 25 octobre 2018, sur noisey.vice.com: <https://noisey.vice.com/fr/article/65gmyb/comment-mesurer-le-succes-d-un-rappeur-en-2015>

Ollivier, M. (2006). «Snobs and quétaines: prestige and boundaries in popular music in Québec.». *Popular Music*, vol. 25(no. 1), p. 97-116.

Peretz, I. (2000). «À quoi sert la musique ? Note à propos du «cerveau musical» que, musiciens ou pas, nous possédons tous.». *Le temps stratégique*.

Recording academy. (2019). *Recording academy Grammy awards*. Récupéré le 26 janvier 2018, sur www.grammy.com: <https://www.grammy.com>

Recording Industry Association of America (RIIA). (2018). «*RIAA AND GR&F certification audit requirements.*». Récupéré le 6 juillet 2018, sur <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2016/02/ALBUM-AWARD-RIAA-AND-GRF-CERTIFICATION-AUDIT-REQUIREMENTS.pdf>

Schmutz, V. (2005). «Retrospective Cultural Consecration in Popular Music. Rolling Stone's Greatest Albums of All Time.». *American Behavioral Scientist*, vol. 48,(no. 11), p. 1510-1523.

Seidman, G. et Miller, S. O. (2013). « Effects of Gender and Physical Attractiveness on Visual Attention to Facebook Profiles. ». *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, vol. 16,(no. 1), p. 2-24.

Simonton, D. (1999). «*Origins of Genius. Darwinian Perspectives on Creativity.* ». New York: Oxford University Press.

Simpson, M., Tuck, N., et Bellamy, S. (2004). « Small business success factors: the role of education and training ». *Education & Training*, vol. 46,(no. 8/9), p. 481-491.

Spotify AB. (2019). *Spotify*. Récupéré le 20 janvier 2018, sur www.spotify.com:
<https://www.spotify.com/ca-en/>

Statista. (2019). «*Number of Grammy Award viewers from 2000 to 2019 (in millions)*.» Récupéré le 15 avril 2019, sur www.statista.com:
<https://www.statista.com/statistics/466534/grammy-awards-number-viewers/>

Statistique Canada. (2018). «*Temps accordés aux activités créatives*.». Récupéré le 19 juillet 2018, from www150.statcan.gc.ca: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-627-m/11-627-m2018010-fra.htm>

Tarik_ProducteurASuccès. (2018). «*Réussir dans la musique*.». Récupéré le 30 septembre 2018, sur reussir-dans-la-musique.fr: <http://reussir-dans-la-musique.fr/comment-mesurer-le-succes-dun-artiste/>

The RhythmOne group. (2019). *Allmusic*. Récupéré le 26 janvier 2018, sur www.allmusic.com: <https://www.allmusic.com/>

Twitter. (2019). *Twitter*. Récupéré sur twitter.com: <https://twitter.com/?lang=fr>

Watson, M. R., et Anand, N. (2006). «Award ceremony as an arbiter of commerce and canon in the popular music industry». *Popular Music*, vol. 25,(no. 1), p. 41-56.

Whiston, S. C. et Keller, K. B. (2004). «The Influences of the Family Origin on Career Development: A Review and Analysis.». *The Counseling Psychololgist*, vol. 32,(no. 4), p. 493-568.

Witte, J. C. et Kalleberg, L. A. (1995). « Matching Training and Jobs : The Fit Between Vocational Education and Employment in the german Labour market ». *European Sociological Review*, vol. 11,(no. 3), p. 293-317.

YouTube LLC. (2019). *YouTube*. Récupéré le 12 janvier 2019, sur www.YouTube.com:
<https://www.YouTube.com/>

Zellweger, T., Sieger, P. et Halter, F. (2011). «Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family .». *Journal of Business Venturing*, vol. 26,(no. 5), p. 521-536.

Annexes

Annexe 1

Tableau 15 : Dictionnaire des données

| DICTIONNAIRE DES DONNÉES | |
|----------------------------------|--|
| VARIABLES | DESCRIPTIONS |
| BIRTH_YEAR | Année de naissance |
| DEATH | Décédé (oui / non) |
| AN_DEATH | Année de décès (s'il y a lieu) |
| FORMATION_PRO_MUSIC_OUI_NON | Formation professionnelle en musique (oui / non) |
| NIVO_SCOLAIRE | Niveau scolaire en musique |
| FAMILLE_ART | Famille artistique (oui / non) (habileté artistique en musique ou artiste professionnel dans le domaine) |
| GENRES | Genres musicaux |
| TOTAL_NMBR_DALBUM_VENDUS | Nombre total d'albums vendus en millions (or, platine, double platine et diamant) |
| NMBR_DALBUM_VENDUS_BEST_CERTIFIE | Nombre total d'albums vendus en millions pour l'album avec la plus haute certification (meilleur album) |
| YEAR_RELEASE | Année de lancement du meilleur album |
| AGE_LANCEMENT | Age de l'artiste lors du lancement de son meilleur album |
| MONTH_RELEASE | Mois de lancement du meilleur album |
| GRAMMY | Nombres de Grammy remportés |
| FB_FOLLOWER | Nombres d'abonnés Facebook |
| TOTAL_FANS_SN | Nombre total de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram) |
| YOUTUBE_FOLLOWERS | Nombres d'abonnés sur la chaîne YouTube |
| SPOTIFY_FOLLOWERS | Nombres d'auditeurs par mois sur Spotify |
| TOTAL_LISTEN | Nombre total de fans sur les applications de streaming (YouTube et Spotify) |
| FANS_BASE | Nombre total de fans (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Spotify) |

Annexe 2

Résultats régression 1

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|------------|--------|-----------------------------------|--------|------|---------------------------------|-------------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | | |
| | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound | |
| 1 | (Constant) | 1,582 | 16,414 | | ,096 | ,923 | -30,689 | 33,853 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 8,950 | 16,404 | ,166 | ,546 | ,586 | -23,299 | 41,199 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,052 | ,082 | ,192 | ,630 | ,529 | -,110 | ,213 | |
| | Genres musicaux | -,612 | ,800 | -,039 | -,765 | ,444 | -2,185 | ,960 | |
| 2 | (Constant) | -2,985 | 16,452 | | -,181 | ,856 | -35,331 | 29,361 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 6,466 | 16,241 | ,120 | ,398 | ,691 | -25,466 | 38,398 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,037 | ,081 | ,139 | ,460 | ,646 | -,123 | ,197 | |
| | Genres musicaux | -,921 | ,818 | -,058 | -1,126 | ,261 | -2,528 | ,687 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 10,258 | 11,472 | ,229 | ,894 | ,372 | -12,297 | 32,813 | |
| | Age | ,149 | ,057 | ,144 | 2,609 | ,009 | ,037 | ,261 | |
| | Sexe | -,507 | 1,956 | -,015 | -,259 | ,796 | -4,352 | 3,338 | |
| | Décédé (oui / non) | 2,112 | 2,765 | ,041 | ,764 | ,445 | -3,324 | 7,548 | |
| | Famille_death | 15,544 | 7,629 | ,116 | 2,037 | ,042 | ,544 | 30,545 | |
| | Famille_sexe | 1,342 | 4,586 | ,048 | ,293 | ,770 | -7,674 | 10,358 | |
| | Famille_age | -,182 | ,154 | -,229 | -1,185 | ,237 | -,485 | ,120 | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions (or, platine, double platine et diamant)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 300,678 | 3 | 100,226 | ,373 | ,773 ^b |
| | Residual | 106223,774 | 395 | 268,921 | | |
| | Total | 106524,451 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 4966,563 | 10 | 496,656 | 1,897 | ,044 ^c |
| | Residual | 101557,889 | 388 | 261,747 | | |
| | Total | 106524,451 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions (or, platine, double platine et diamant)

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)

Résultats régression 2

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|------------|-------|-----------------------------------|--------|------|---------------------------------|-------------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | | |
| | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound | |
| 1 | (Constant) | 1,099 | 3,837 | | ,286 | ,775 | -6,445 | 8,643 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 3,388 | 3,835 | ,267 | ,883 | ,378 | -4,151 | 10,926 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,016 | ,019 | ,247 | ,815 | ,416 | -,022 | ,053 | |
| | Genres musicaux | -,460 | ,187 | -,123 | -2,460 | ,014 | -,827 | -,092 | |
| 2 | (Constant) | ,200 | 3,802 | | ,053 | ,958 | -7,275 | 7,674 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 2,780 | 3,753 | ,219 | ,741 | ,459 | -4,599 | 10,158 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,013 | ,019 | ,198 | ,671 | ,503 | -,024 | ,050 | |
| | Genres musicaux | -,421 | ,189 | -,113 | -2,228 | ,026 | -,792 | -,050 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 3,829 | 2,651 | ,363 | 1,445 | ,149 | -1,382 | 9,041 | |
| | Age | ,011 | ,013 | ,044 | ,804 | ,422 | -,015 | ,036 | |
| | Sexe | ,470 | ,452 | ,058 | 1,039 | ,299 | -,419 | 1,358 | |
| | Décédé (oui / non) | ,123 | ,639 | ,010 | ,193 | ,847 | -1,133 | 1,379 | |
| | Famille_death | 6,657 | 1,763 | ,211 | 3,776 | ,000 | 3,191 | 10,123 | |
| | Famille_sexe | -,480 | 1,060 | -,073 | -,453 | ,651 | -2,563 | 1,603 | |
| | Famille_age | -,044 | ,036 | -,233 | -1,226 | ,221 | -,114 | ,026 | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions pour l'album avec la plus haute certification (meilleur album)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 100,331 | 3 | 33,444 | 2,276 | ,079 ^b |
| | Residual | 5804,533 | 395 | 14,695 | | |
| | Total | 5904,864 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 482,280 | 10 | 48,228 | 3,451 | ,000 ^c |
| | Residual | 5422,585 | 388 | 13,976 | | |
| | Total | 5904,864 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions pour l'album avec la plus haute certification (meilleur album)

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|-------------|-------|---------------------------|------|--------------|---------------------------------|-------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 2257184,524 | 21452981,19 | | ,105 | ,916 | -39919116,2 | 44433485,23 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 4997025,139 | 21438676,95 | ,071 | ,233 | ,816 | -37151153,6 | 47145203,88 | |
| | Niveau scolaire en musique | 36731,245 | 107477,412 | ,104 | ,342 | ,733 | -174568,044 | 248030,534 | |
| | Genres musicaux | -1548799,507 | 1045288,268 | -,074 | -1,482 | ,139 | -3603823,559 | 506224,544 | |
| 2 | (Constant) | 13508580,36 | 21539946,18 | | ,627 | ,531 | -28841040,6 | 55858201,31 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 9933383,740 | 21263850,56 | ,141 | ,467 | ,641 | -31873406,5 | 51740173,94 | |
| | Niveau scolaire en musique | 59883,765 | 106480,992 | ,170 | ,562 | ,574 | -149468,181 | 269235,710 | |
| | Genres musicaux | -647606,857 | 1070423,526 | -,031 | -,605 | ,546 | -2752163,209 | 1456949,495 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 1367155,167 | 15019840,55 | ,023 | ,091 | ,928 | -28163306,4 | 308997616,77 | |
| | Age | -273432,142 | 74595,197 | -,203 | -3,666 | ,000 | -420093,526 | -126770,757 | |
| | Sexe | -2318490,446 | 2560449,725 | -,052 | -,906 | ,366 | -7352582,656 | 2715601,764 | |
| | Décédé (oui / non) | -1956436,827 | 3619839,317 | -,029 | -,540 | ,589 | -9073391,608 | 5160517,955 | |
| | Famille_death | 5209329,727 | 9988840,386 | ,030 | ,522 | ,602 | -14429698,2 | 24848357,63 | |
| | Famille_sexe | -1470283,654 | 6004156,977 | -,040 | -,245 | ,807 | -13275037,9 | 10334470,63 | |
| | Famille_age | 7407,698 | 201461,719 | ,007 | ,037 | ,971 | -388685,559 | 403500,955 | |

a. Dependent Variable: Nombres d'auditeurs par mois sur Spotify

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1,193E+15 | 3 | 3,976E+14 | ,866 | ,459 ^b |
| | Residual | 1,814E+17 | 395 | 4,594E+14 | | |
| | Total | 1,826E+17 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 8,551E+15 | 10 | 8,551E+14 | 1,906 | ,043 ^c |
| | Residual | 1,741E+17 | 388 | 4,487E+14 | | |
| | Total | 1,826E+17 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres d'auditeurs par mois sur Spotify

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)

Résultats régression 4

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|-------------|------------|--------------------------------|--------|------|---------------------------------|--------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 11067056,00 | 57778562,07 | | | ,192 | ,848 | -102524896 | 124659008,0 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 17464946,15 | 57740036,96 | | ,092 | ,302 | ,762 | -96051265,9 | 130981158,2 |
| | Niveau scolaire en musique | 126953,096 | 289465,147 | | ,133 | ,439 | ,661 | -442131,870 | 696038,061 |
| | Genres musicaux | -5764200,128 | 2815238,243 | | -,103 | -2,047 | ,041 | -11298924,4 | -229475,902 |
| 2 | (Constant) | 36018845,01 | 54654034,87 | | | ,659 | ,510 | -71436282,3 | 143473972,3 |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 25983279,70 | 53953488,10 | | ,137 | ,482 | ,630 | -80094504,8 | 132061064,2 |
| | Niveau scolaire en musique | 181426,839 | 270177,826 | | ,190 | ,672 | ,502 | -349768,941 | 712622,620 |
| | Genres musicaux | -1869121,589 | 2716021,860 | | -,033 | -,688 | ,492 | -7209083,689 | 3470840,511 |
| | Famille artistique (oui / non) | 129499484,6 | 38110350,04 | | ,817 | 3,398 | ,001 | 54570844,37 | 204428124,9 |
| | Age | -1076611,269 | 189272,920 | | -,296 | -5,688 | ,000 | -1448740,166 | -704482,371 |
| | Sexe | 9603243,616 | 6496715,792 | | ,079 | 1,478 | ,140 | -3169929,022 | 22376416,25 |
| | Décédé (oui / non) | -10136698,9 | 9184740,881 | | -,056 | -1,104 | ,270 | -28194789,3 | 7921391,482 |
| | Famille_death | 14526392,81 | 25345022,97 | | ,031 | ,573 | ,567 | -35304377,7 | 64357163,34 |
| | Famille_sexe | -38181265,3 | 15234550,82 | | -,386 | -2,506 | ,013 | -68133868,1 | -8228662,498 |
| | Famille_age | -1193659,793 | 5111175,642 | | -,424 | -2,335 | ,020 | -2198680,626 | -188638,960 |

a. Dependent Variable: Nombres total de fans (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube et Spotify)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1,603E+16 | 3 | 5,343E+15 | 1,603 | ,188 ^b |
| | Residual | 1,316E+18 | 395 | 3,332E+15 | | |
| | Total | 1,332E+18 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 2,114E+17 | 10 | 2,114E+16 | 7,318 | ,000 ^c |
| | Residual | 1,121E+18 | 388 | 2,889E+15 | | |
| | Total | 1,332E+18 | 398 | | | |
| <p>a. Dependent Variable: Nombres total de fans (Facebook, Twitter, Instagramm, Youtube et Spotify)</p> <p>b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique</p> <p>c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)</p> | | | | | | |

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|--------------|--------------|--------------------------------|--------|------|---------------------------------|-------------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | | |
| | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound | |
| 1 | (Constant) | 8411109,012 | 44238259,54 | | ,190 | ,849 | -78560772,5 | 95382990,48 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 10963577,26 | 44208762,72 | ,075 | ,248 | ,804 | -75950313,8 | 97877468,35 | |
| | Niveau scolaire en musique | 80262,215 | 221629,508 | ,110 | ,362 | ,717 | -355458,708 | 515983,138 | |
| | Genres musicaux | -3898571,352 | 2155492,203 | -,091 | -1,809 | ,071 | -8136242,869 | 339100,165 | |
| 2 | (Constant) | 19882920,63 | 41956829,03 | | ,474 | ,636 | -62608269,9 | 102374111,2 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 13775667,13 | 41419033,03 | ,095 | ,333 | ,740 | -67658164,4 | 95209498,67 | |
| | Niveau scolaire en musique | 106591,916 | 207410,210 | ,146 | ,514 | ,608 | -301196,650 | 514380,483 | |
| | Genres musicaux | -1280724,370 | 2085036,633 | -,030 | -,614 | ,539 | -5380108,385 | 2818659,644 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 118673632,1 | 292566567,15 | ,979 | 4,056 | ,000 | 61152386,81 | 176194877,5 | |
| | Décédé (oui / non) | -7246126,066 | 7050945,164 | -,052 | -1,028 | ,305 | -21108967,3 | 6616715,209 | |
| | Sexe | 10914620,33 | 4987401,103 | ,118 | 2,188 | ,029 | 1108906,592 | 20720334,07 | |
| | Age | -702163,103 | 145301,103 | -,252 | -4,832 | ,000 | -987839,148 | -416487,058 | |
| | Famille_death | 6867225,584 | 19456876,30 | ,019 | ,353 | ,724 | -31386878,2 | 45121329,33 | |
| | Famille_sexe | -33830625,3 | 11695265,42 | -,448 | -2,893 | ,004 | -56824650,2 | -10836600,5 | |
| | Famille_age | -1113826,409 | 392419,499 | -,517 | -2,838 | ,005 | -1885361,161 | -342291,656 | |

a. Dependent Variable: Nombres total de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 7,221E+15 | 3 | 2,407E+15 | 1,232 | ,298 ^b |
| | Residual | 7,716E+17 | 395 | 1,953E+15 | | |
| | Total | 7,788E+17 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 1,183E+17 | 10 | 1,183E+16 | 6,947 | ,000 ^c |
| | Residual | 6,605E+17 | 388 | 1,702E+15 | | |
| | Total | 7,788E+17 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres total de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagramm)

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)

Résultats régression 6

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|-------------|-------|-----------------------------------|------|--------------|---------------------------------|-------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 2251693,682 | 22231800,42 | | ,101 | ,919 | -41455756,2 | 45959143,55 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 6382312,787 | 22216976,89 | ,087 | ,287 | ,774 | -37295994,2 | 50060619,77 | |
| | Niveau scolaire en musique | 43614,943 | 111379,223 | ,119 | ,392 | ,696 | -175355,259 | 262585,144 | |
| 2 | Genres musicaux | -1756557,822 | 1083235,936 | -,081 | -1,622 | ,106 | -3886186,528 | 373070,884 | |
| | (Constant) | 6653563,439 | 21381627,55 | | ,311 | ,756 | -35384787,7 | 48691914,61 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 7113926,345 | 21107561,23 | ,097 | ,337 | ,736 | -34385583,9 | 48613436,58 | |
| | Niveau scolaire en musique | 49345,286 | 105698,356 | ,135 | ,467 | ,641 | -158467,923 | 257158,494 | |
| | Genres musicaux | -950950,617 | 1062555,911 | -,044 | -,895 | ,371 | -3040038,477 | 1138137,243 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 77999685,01 | 14909444,70 | 1,282 | 5,232 | ,000 | 48686272,33 | 107313097,7 | |
| | Décédé (oui / non) | -1784009,604 | 3593233,493 | -,026 | -,496 | ,620 | -8848654,758 | 5280635,550 | |
| | Sexe | 2424277,428 | 2541630,416 | ,052 | ,954 | ,341 | -2572814,197 | 7421369,053 | |
| | Age | -216163,805 | 74046,922 | -,155 | -2,919 | ,004 | -361747,228 | -70580,381 | |
| | Famille_death | 6052554,171 | 9915422,395 | ,033 | ,610 | ,542 | -13442126,8 | 25547235,19 | |
| | Famille_sexe | -21042039,6 | 5960026,415 | -,555 | -3,531 | ,000 | -32760029,0 | -9324050,306 | |
| | Famille_age | -729723,483 | 199980,975 | -,675 | -3,649 | ,000 | -1122905,453 | -336541,512 | |

a. Dependent Variable: Nombres d'abonnés Facebook

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1,487E+15 | 3 | 4,956E+14 | 1,005 | ,391 ^b |
| | Residual | 1,949E+17 | 395 | 4,933E+14 | | |
| | Total | 1,963E+17 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 2,481E+16 | 10 | 2,481E+15 | 5,611 | ,000 ^c |
| | Residual | 1,715E+17 | 388 | 4,421E+14 | | |
| | Total | 1,963E+17 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres d'abonnés Facebook

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Formation professionnelle en musique (oui / non), Niveau scolaire en musique, Décédé (oui / non), Famille_age, Sexe, Age, Famille_death, Famille_sexe, Famille artistique (oui / non)

Résultats régression 7

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|------------|-------|--------------------------------|------|---------|---------------------------------|-------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 474,308 | 127,551 | | 3,719 | ,000 | 223,540 | 725,076 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 2,767 | 2,221 | ,062 | 1,245 | ,214 | -1,601 | 7,134 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,008 | ,013 | ,029 | ,583 | ,560 | -,018 | ,034 | |
| | Genres musicaux | -,671 | ,778 | -,042 | -,862 | ,389 | -2,201 | ,859 | |
| | Année de lancement du meilleur album | -,235 | ,064 | -,181 | -3,688 | ,000 | -,361 | -,110 | |
| | Mois de lancement du meilleur album | ,745 | ,259 | ,142 | 2,876 | ,004 | ,236 | 1,254 | |
| 2 | (Constant) | 439,968 | 212,973 | | 2,066 | ,040 | 21,236 | 858,700 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 2,702 | 2,263 | ,060 | 1,194 | ,233 | -1,747 | 7,152 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,052 | ,081 | ,195 | ,651 | ,515 | -,106 | ,211 | |
| | Genres musicaux | -,807 | ,818 | -,051 | -,987 | ,324 | -2,415 | ,801 | |
| | Année de lancement du meilleur album | -,223 | ,105 | -,171 | -2,127 | ,034 | -,428 | -,017 | |
| | Mois de lancement du meilleur album | ,753 | ,264 | ,144 | 2,851 | ,005 | ,234 | 1,273 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | 19,747 | 21,041 | ,367 | ,938 | ,349 | -21,623 | 61,117 | |
| | Décédé (oui / non) | 2,455 | 2,820 | ,048 | ,871 | ,384 | -3,088 | 7,999 | |
| | Sexe | -,232 | 1,858 | -,007 | -,125 | ,901 | -3,885 | 3,422 | |
| | Age | ,004 | ,084 | ,004 | ,049 | ,961 | -,161 | ,170 | |
| | Formation_death | -16,255 | 10,463 | -,086 | -1,554 | ,121 | -36,826 | 4,315 | |
| | Formation_sexe | -4,101 | 5,767 | -,124 | -,711 | ,477 | -15,440 | 7,238 | |
| | Formation_age | -,058 | ,167 | -,060 | -,349 | ,727 | -,387 | ,270 | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions (or, platine, double platine et diamant)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 6939,290 | 5 | 1387,858 | 5,477 | ,000 ^b |
| | Residual | 99585,161 | 393 | 253,397 | | |
| | Total | 106524,451 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 7807,811 | 12 | 650,651 | 2,544 | ,003 ^c |
| | Residual | 98716,640 | 386 | 255,743 | | |
| | Total | 106524,451 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres total d'albums vendus en millions (or, platine, double platine et diamant)

b. Predictors: (Constant), Mois de lancement du meilleur album, Niveau scolaire en musique, Genres musicaux, Année de lancement du meilleur album, Famille artistique (oui / non)

c. Predictors: (Constant), Mois de lancement du meilleur album, Niveau scolaire en musique, Genres musicaux, Année de lancement du meilleur album, Famille artistique (oui / non), Sexe, Formation_death, Décédé (oui / non), Age, Formation_age, Formation_sexe, Formation professionnelle en musique (oui / non)

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|-------------|-------|--------------------------------|------|--------------|---------------------------------|-------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 7356697,216 | 4027550,534 | | 1,827 | ,069 | -561418,264 | 15274812,70 | |
| | Famille artistique (oui / non) | -737847,883 | 2950307,456 | -,013 | -,250 | ,803 | -6538116,542 | 5062420,776 | |
| | Niveau scolaire en musique | 11797,142 | 17748,896 | ,033 | ,665 | ,507 | -23096,972 | 46691,257 | |
| | Genres musicaux | -1549212,664 | 1045174,548 | -,075 | -1,482 | ,139 | -3604013,143 | 505587,815 | |
| 2 | (Constant) | 14433991,10 | 21512548,61 | | ,671 | ,503 | -27861763,6 | 56729745,76 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 68161,142 | 2953991,659 | ,001 | ,023 | ,982 | -5739672,636 | 5875994,920 | |
| | Niveau scolaire en musique | 61245,848 | 106458,128 | ,173 | ,575 | ,565 | -148061,146 | 270552,841 | |
| | Genres musicaux | -640208,140 | 1066289,708 | -,031 | -,600 | ,549 | -2736637,005 | 1456220,726 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -1351336,648 | 27800806,01 | -,019 | -,049 | ,961 | -56010414,6 | 53307741,26 | |
| | Décédé (oui / non) | -1200523,401 | 3482489,833 | -,018 | -,345 | ,730 | -8047435,790 | 5646388,988 | |
| | Sexe | -2757960,195 | 2450903,311 | -,061 | -1,125 | ,261 | -7576673,543 | 2060753,152 | |
| | Age | -286722,933 | 73605,553 | -,213 | -3,895 | ,000 | -431438,581 | -142007,284 | |
| | Formation_death | -737697,282 | 13853043,84 | -,003 | -,053 | ,958 | -27974123,5 | 26498728,97 | |
| | Formation_sexe | 2500612,038 | 7607095,607 | ,058 | ,329 | ,743 | -12455674,9 | 17456898,96 | |
| | Formation_age | 147837,058 | 220583,635 | ,115 | ,670 | ,503 | -285851,739 | 581525,854 | |

a. Dependent Variable: Nombres d'auditeurs par mois sur Spotify

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1,197E+15 | 3 | 3,989E+14 | ,868 | ,458 ^b |
| | Residual | 1,814E+17 | 395 | 4,593E+14 | | |
| | Total | 1,826E+17 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 8,594E+15 | 10 | 8,594E+14 | 1,916 | ,042 ^c |
| | Residual | 1,740E+17 | 388 | 4,486E+14 | | |
| | Total | 1,826E+17 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres d'auditeurs par mois sur Spotify

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non)

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non), Décédé (oui / non), Sexe, Age, Formation_death, Formation_age, Formation_sexe, Formation professionnelle en musique (oui / non)

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|-------------|-------|--------------------------------|------|--------------|---------------------------------|-------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | |
| | | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 25927868,89 | 10830075,05 | | 2,394 | ,017 | 4636072,754 | 47219665,03 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 9233518,002 | 7933370,642 | ,058 | 1,164 | ,245 | -6363392,417 | 24830428,42 | |
| | Niveau scolaire en musique | 43422,199 | 47726,745 | ,046 | ,910 | ,363 | -50408,002 | 137252,400 | |
| | Genres musicaux | -5557206,895 | 2810472,196 | -,099 | -1,977 | ,049 | -11082561,1 | -31852,660 | |
| 2 | (Constant) | 50453693,30 | 55297021,45 | | ,912 | ,362 | -58265607,9 | 159172994,5 | |
| | Famille artistique (oui / non) | 10497465,76 | 7593100,339 | ,066 | 1,383 | ,168 | -4431305,107 | 25426236,64 | |
| | Niveau scolaire en musique | 205474,798 | 273645,746 | ,215 | ,751 | ,453 | -332539,248 | 743488,844 | |
| | Genres musicaux | -972233,328 | 2740848,884 | -,017 | -,355 | ,723 | -6361007,762 | 4416541,105 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -2026627,922 | 71460699,26 | -,011 | -,028 | ,977 | -142525286 | 138472029,8 | |
| | Décédé (oui / non) | -9870847,214 | 8951580,704 | -,055 | -1,103 | ,271 | -27470522,1 | 7728827,663 | |
| | Sexe | 2487570,397 | 6299934,769 | ,020 | ,395 | ,693 | -9898711,686 | 14873852,48 | |
| | Age | -1299666,879 | 189199,705 | -,357 | -6,869 | ,000 | -1671651,829 | -927681,929 | |
| | Formation_death | 8885088,408 | 35608615,07 | ,013 | ,250 | ,803 | -61124898,5 | 78895075,33 | |
| | Formation_sexe | 5254713,475 | 19553691,04 | ,045 | ,269 | ,788 | -33189737,4 | 43699164,39 | |
| | Formation_age | 453771,354 | 567000,137 | ,131 | ,800 | ,424 | -661005,845 | 1568548,552 | |

a. Dependent Variable: Nombres total de fans (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube et Spotify)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2,022E+16 | 3 | 6,741E+15 | 2,030 | ,109 ^b |
| | Residual | 1,312E+18 | 395 | 3,321E+15 | | |
| | Total | 1,332E+18 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 1,822E+17 | 10 | 1,822E+16 | 6,148 | ,000 ^c |
| | Residual | 1,150E+18 | 388 | 2,964E+15 | | |
| | Total | 1,332E+18 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres total de fans (Facebook, Twitter, Instagramm, Youtube et Spotify)

b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non)

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non), Décédé (oui / non), Sexe, Age, Formation_death, Formation_age, Formation_sexe, Formation professionnelle en musique (oui / non)

Résultats régression 10

| Coefficients ^a | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|------------|-------|--------------------------------|--------|------|---------------------------------|-------------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | | |
| | B | Std. Error | | | | | Lower Bound | Upper Bound | |
| 1 | (Constant) | 3,756 | ,812 | | 4,628 | ,000 | 2,161 | 5,352 | |
| | Famille artistique (oui / non) | ,598 | ,595 | ,050 | 1,006 | ,315 | -,571 | 1,767 | |
| | Niveau scolaire en musique | -,003 | ,004 | -,049 | -,975 | ,330 | -,011 | ,004 | |
| | Genres musicaux | -,278 | ,211 | -,066 | -,1319 | ,188 | -,692 | ,136 | |
| 2 | (Constant) | -1,662 | 4,322 | | -,385 | ,701 | -10,160 | 6,835 | |
| | Famille artistique (oui / non) | ,506 | ,593 | ,043 | ,854 | ,394 | -,659 | 1,671 | |
| | Niveau scolaire en musique | ,010 | ,021 | ,146 | ,487 | ,626 | -,032 | ,052 | |
| | Genres musicaux | -,488 | ,222 | -,116 | -,2198 | ,029 | -,925 | -,051 | |
| | Formation professionnelle en musique (oui / non) | -4,292 | 5,593 | -,302 | -,767 | ,443 | -15,288 | 6,705 | |
| | Décédé (oui / non) | -,236 | ,753 | -,017 | -,313 | ,754 | -1,716 | 1,244 | |
| | Sexe | ,815 | ,495 | ,090 | 1,646 | ,101 | -,159 | 1,789 | |
| | Formation_death | ,750 | 2,974 | ,015 | ,252 | ,801 | -5,097 | 6,597 | |
| | Formation_sexe | 1,359 | 1,522 | ,155 | ,893 | ,372 | -1,633 | 4,351 | |
| | Age de l'artiste lors du lancement de son meilleur album | ,065 | ,025 | ,158 | 2,600 | ,010 | ,016 | ,114 | |
| | Formation_lancement | ,161 | ,080 | ,362 | 2,010 | ,045 | ,004 | ,318 | |

a. Dependent Variable: Nombres de grammy remportés

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 76,084 | 3 | 25,361 | 1,360 | ,255 ^b |
| | Residual | 7367,274 | 395 | 18,651 | | |
| | Total | 7443,358 | 398 | | | |
| 2 | Regression | 435,475 | 10 | 43,548 | 2,411 | ,009 ^c |
| | Residual | 7007,883 | 388 | 18,062 | | |
| | Total | 7443,358 | 398 | | | |

a. Dependent Variable: Nombres de grammy remportés

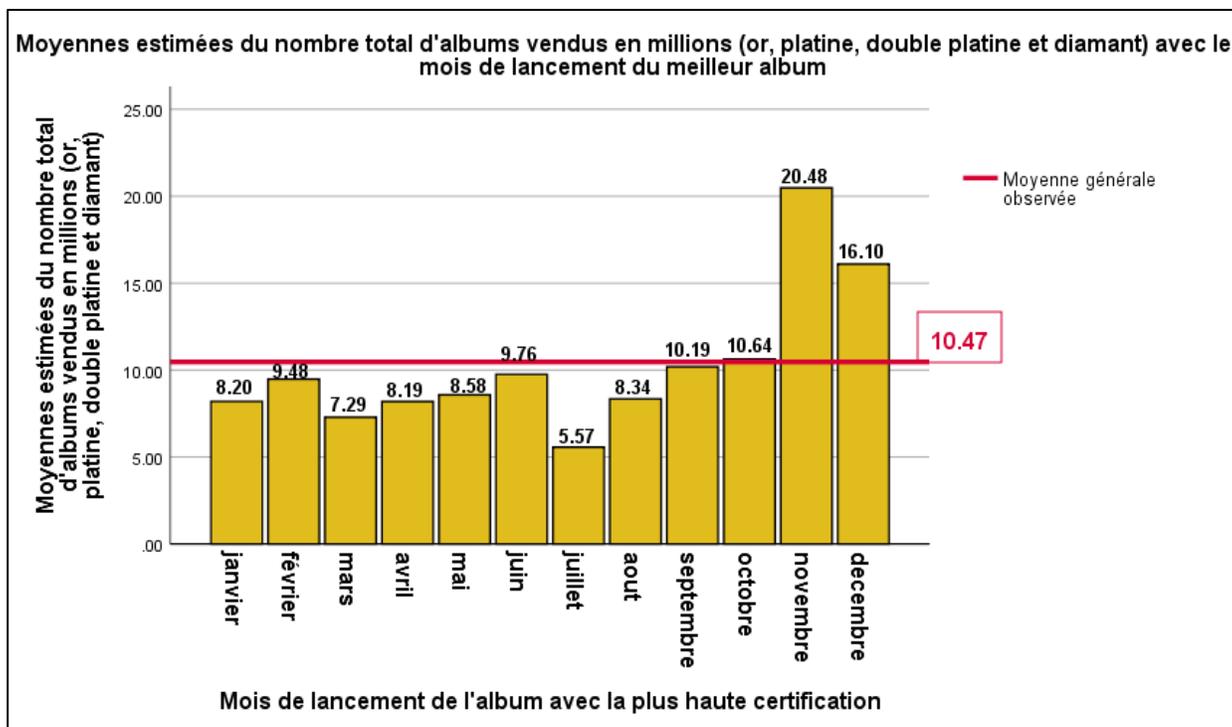
b. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non)

c. Predictors: (Constant), Genres musicaux, Niveau scolaire en musique, Famille artistique (oui / non), Décédé (oui / non), Sexe, Formation_death, Age de l'artiste lors du lancement de son meilleur album, Formation_sexe, Formation_lancement, Formation professionnelle en musique (oui / non)

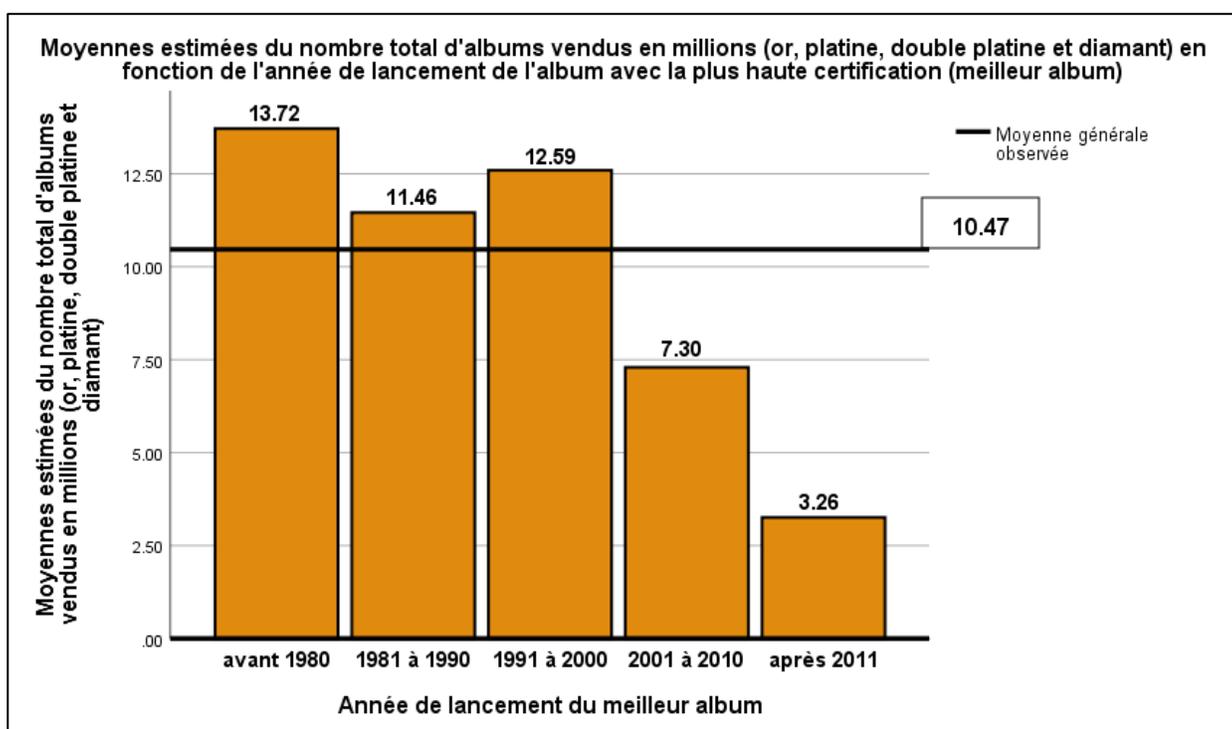
Annexe 3

Graphiques des autres résultats de la seconde hypothèse

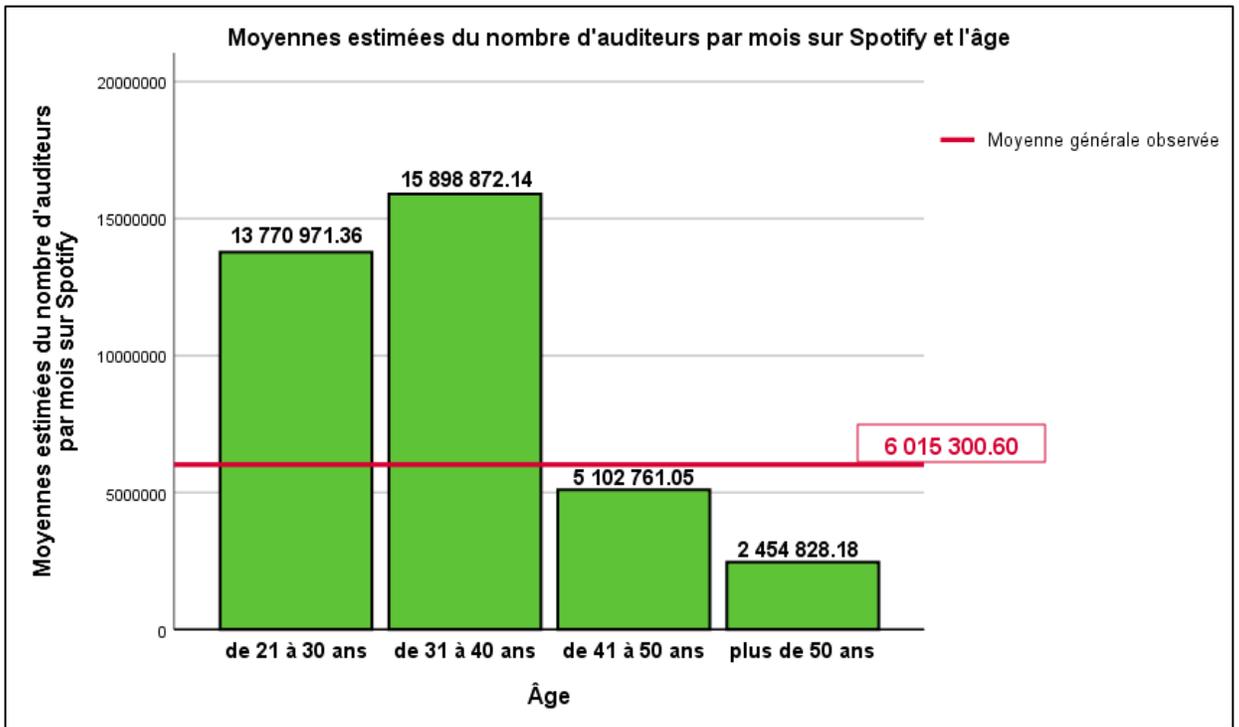
Le nombre d'albums vendus et le mois de lancement du meilleur album



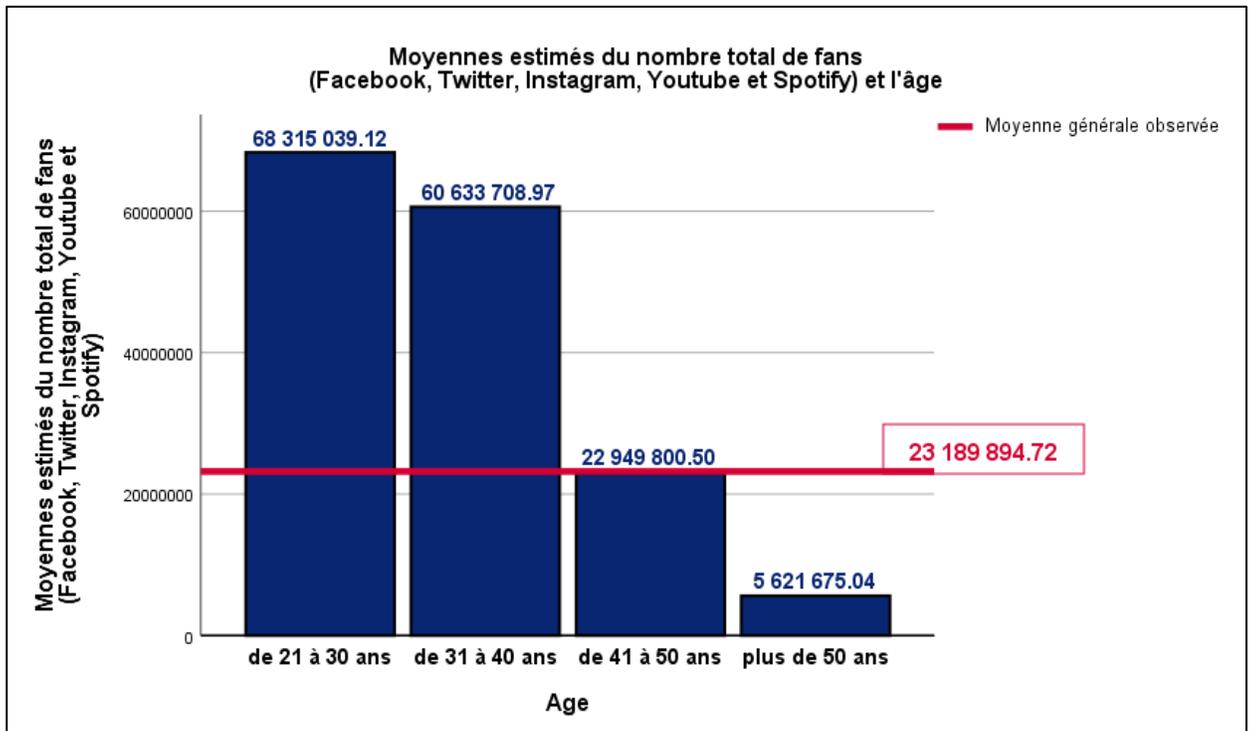
Le nombre d'albums vendus et l'année de lancement du meilleur album



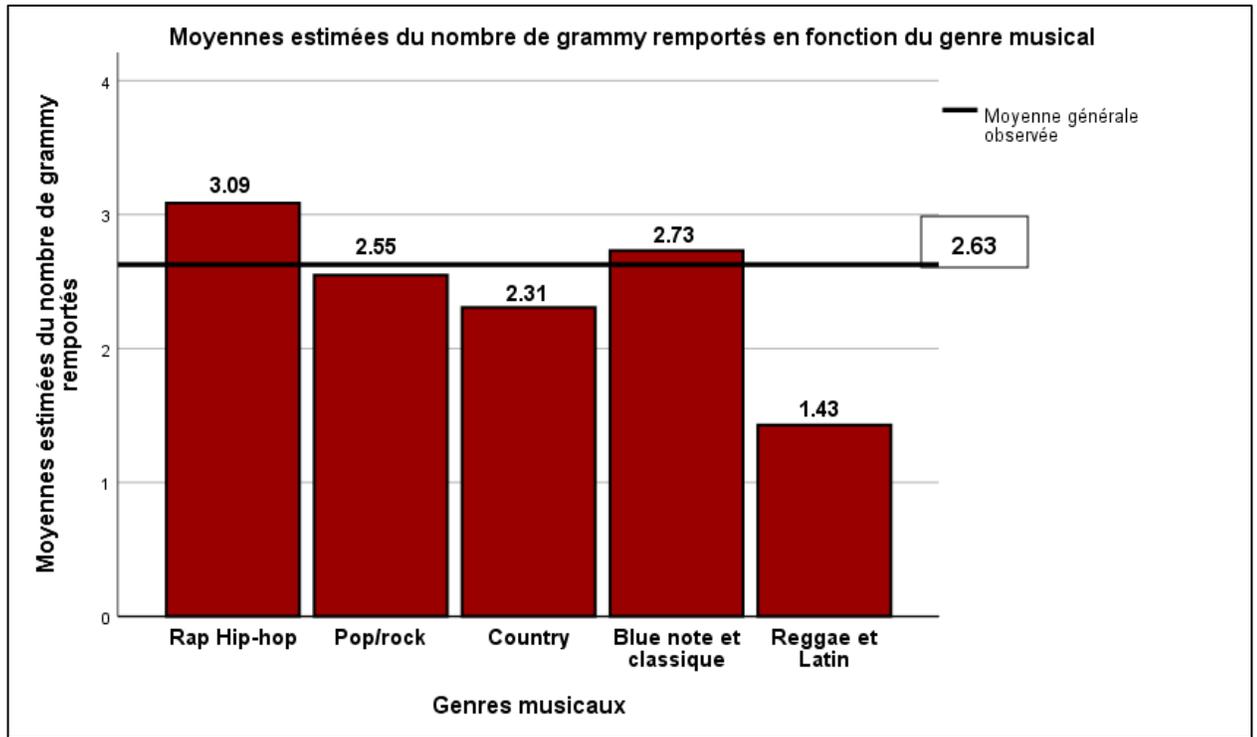
L'âge et le nombre d'auditeurs Spotify par mois



L'âge et le nombre de fans total



Le genre musical et le nombre de grammys remportés



Le nombre de grammys remportés et l'âge de l'artiste lors du lancement de son meilleur album

