

RENCONTRE HADOPI

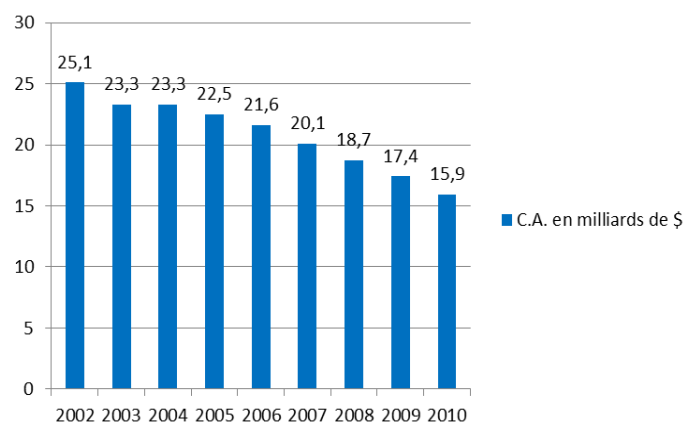
Musique à l'ère numérique : quels modèles économiques et quelles perspectives pour la filière ?

La rencontre musique organisée par l'Hadopi le 24 janvier 2012 est l'occasion de réaliser un état des lieux des tendances économiques globales du marché de la musique enregistrée, ainsi que de l'offre et de la consommation de musique numérique en France.

Les grandes tendances économiques : le numérique en voie de compensation du marché physique

Le marché mondial de gros de la musique enregistrée a affiché un recul constant au cours des dernières années, pour atteindre une diminution globale de 37% entre 2002 et 2010¹. Après les baisses records de 2003 et 2004 (-4 milliards de dollars en deux ans), le rythme des pertes annuelles s'est ralenti ces dernières années, pour atteindre 1,7 milliards de dollars en 2008 et 1 milliard de dollars en 2010 selon l'IFPI.

Evolution du marché mondial de la musique enregistrée (milliards de \$) 2002 - 2010



Source : données IFPI

Le marché numérique² a représenté 29% du marché mondial en 2010, soit quatre points de plus que les 25% enregistrés en 2009. Son chiffre d'affaires a progressé de 6% depuis 2009, et s'élève à **4,7 milliards de dollars en 2010**.

¹ D'après les données du rapport IFPI publié en 2011, *Recording Industry in Numbers*.

² Données tirées du rapport publié par l'IFPI, *Digital Music Report – 2011*.

Ce développement du marché numérique et - dans une moindre mesure - l'accroissement des droits perçus au titre de la gestion collective, contribuent à compenser pour partie le recul du marché physique.

Evolution des recettes du marché de la musique au niveau mondial

	2007	2008	2009	2010	2010/2007
Ventes de supports	16 378	13 946	12 1665	10 441	-5 937
Ventes numériques	3 093	4 032	4 407	4 650	+1 557
Droits perçus	648	752	813	851	+161
Total marché	20 120	18 730	17 386	15 942	
	Taux de substitution :				29,6%

En millions de \$. Source : données IFPI

Sur la période 2007 - 2010, on note un taux de substitution des revenus du marché physique par ceux issus du numérique et des droits, correspondant à environ 30% du chiffre d'affaires perdu au niveau mondial.

Après plusieurs années de fort recul (près de 2 milliards de dollars perdus entre 2007 et 2010), en 2011 le marché américain a vu son volume de ventes d'albums numériques enregistrer une hausse de 19,5%, ce qui a permis de compenser pour la première fois la diminution des ventes de supports physiques. L'ensemble des ventes d'albums sur le marché américain a ainsi progressé de 1,4% en volume³.

En France, selon le SNEP, le marché de gros de la musique enregistrée a représenté, en 2010, **554,4 millions d'euros**, contre 589,3 millions d'euros en 2009, soit un recul de 5,9%. La tendance se confirme au premier semestre 2011, avec une diminution de 5,7% par rapport au premier semestre 2010.

Ce recul global du marché s'explique notamment par le repli du marché physique (-8,9% pour atteindre 466,3 millions d'euros en 2010) ; tandis que le marché numérique affiche une progression de 14,1% en 2010 par rapport à 2009 pour représenter 88,1 millions d'euros.

Cette tendance du marché numérique à croître se confirme depuis plusieurs années. Ainsi, **les ventes numériques ont progressé en France de 58% entre 2007 et 2010 selon l'IFPI.**

Ce dynamisme, qui s'est confirmé en 2009 - 2010, a permis à la France d'obtenir l'un des meilleurs taux de substitution du physique par le numérique (derrière la Suède) au niveau mondial.

³ Source : Le Figaro du 07/01/2012 à partir d'une étude Nielsen SoundScan.

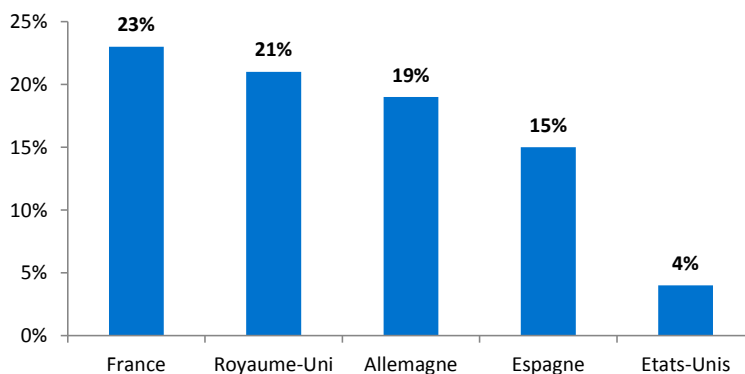
Évolution entre 2009 et 2010

	Ventes physiques	Ventes numériques	Taux de substitution
Suède	-28	+16	56%
France	-63	+18	29%
Allemagne	-103	+29	28%
Royaume-Uni	-218	+57	26%
Etats-Unis	-505	+24	5%
Japon	-303	-57	Double perte

En millions de \$. Source : Synthèse Hadopi sur données IFPI

Les données publiées par le SNEP pour les 9 premiers mois de l'année 2011 illustrent cette même tendance : le chiffre d'affaires des ventes physiques sur le marché de gros s'élève à 242 millions d'euros, contre 276 millions d'euros un an plus tôt ; tandis que celui des ventes numériques progresse de **14,6%** passant de 64,5 à 79,1 millions d'euros. Au premier semestre déjà, la France présentait un **taux de croissance du numérique supérieur à celui constaté dans les grands marchés comparables.**

Croissance du marché numérique S1 2010 - S1 2011



En %. Source : Synthèse Hadopi sur données SNEP

En France, entre 2010 et 2011, on observe ainsi une évolution dans **la structure des ventes numériques**. Les **abonnements** et le **streaming** financé par la publicité voient leurs revenus augmenter, selon le SNEP⁴.

⁴ <http://www.disqueenfrance.com/fr/catalogpage.xml?id=420906&pg=1&cat=251362>

Des modèles d'affaires diversifiés : du tout gratuit au tout payant

Cartographie des offres de musique labellisées



Source : Hadopi

Le nombre de plateformes musicales disponibles en France s'élevait en 2010 à plus de 150⁵. Ces derniers mois ont été marqués par l'émergence de types d'offres et de modèles économiques de plus en plus variés. On distingue aujourd'hui trois grands modèles économiques :

- **Le modèle tout payant** : iTunes d'Apple en est un exemple. La rémunération se fait sur la vente de titres (0,69 à 1,29€) et d'albums complets en téléchargement.
- **Le modèle tout gratuit** : Beezik par exemple propose le téléchargement gratuit de musique, en contrepartie, l'internaute doit visionner une publicité qu'il aura préalablement sélectionnée. Les revenus du site sont générés par la publicité avec un système de coût par clic.
- **Le modèle « Freemium » (gratuit/abonnement)** : on peut citer les exemples de Spotify et Deezer. Ces deux plateformes proposent de la musique en *streaming* gratuite, avec une contrainte de publicité sonore et/ou visuelle ainsi qu'une limitation d'écoute (5 heures par mois maximum pour Deezer par exemple). Deezer comme Spotify proposent aussi une formule d'abonnement dite « premium » qui permet à l'utilisateur, pour 9,99 euros par mois, de bénéficier d'une écoute illimitée sans publicité, d'un son de meilleure qualité, d'un accès à la

⁵ Source : SNEP, septembre 2010, <http://proxy.siteo.com.s3.amazonaws.com/disqueenfrance.siteo.com/file/lettredusnepn61septembre20101.pdf>

plateforme sur son mobile et d'un service sur son ordinateur en mode offline. Les revenus sont générés par la publicité et par les formules d'abonnement.

Exemples de plateformes payantes (titulaires du label PUR)

	Offre	Prix	Bonus
Amazon MP3	<ul style="list-style-type: none"> - Titres - Albums - Plus de 20 millions de titres MP3 sans DRM, compatibles avec tous les types de lecteurs - Synchronisation automatique des achats avec la bibliothèque multimédia (iTunes ou Windows Media Player) - Accessible sur mobiles Android et BlackBerry 	<ul style="list-style-type: none"> - De 0,49 à 0,99 € - De 2,99 à 19,98 € 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute d'extraits - Titres gratuits - Recommandations
iTunes store	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 20 millions de chansons haute qualité et sans DRM - Synchronisation des contenus numériques de l'ordinateur vers d'autres appareils et inversement - Lecteur gratuit iTunes avec bibliothèque 	<ul style="list-style-type: none"> - De 0,69 € à 1,29 € 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute d'extraits - Recommandations d'iTunes et des autres fans - Réseau social iTunes Ping : suivre ses artistes préférés et ses amis
Music Store d'Orange	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 10 millions de titres en haute qualité disponibles - Synchronisation des contenus numériques de l'ordinateur vers d'autres appareils et inversement 	<ul style="list-style-type: none"> - De 0,69 € à 1,29 € (titres) - 9,99 € (albums) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute d'extraits. - Re-téléchargement possible gratuitement en cas de pertes, etc. - Possibilité d'ajouter les contenus complémentaires offerts par les chaînes musiques d'Orange : chroniques, interviews, concerts, paroles de chansons, etc.
Qobuz	<ul style="list-style-type: none"> - 3 qualités audio proposées en téléchargement : standard, qualité CD, studio masters, téléchargeables dans tous les formats de fichiers propriétaires ou open source - Téléchargement multicanal dans toutes les qualités et tous les formats - 2 qualités audio proposées en <i>streaming</i> : fichier compressé et qualité CD - Abonnement mensuel - Abonnement annuel 	<ul style="list-style-type: none"> - Téléchargement à la demande par titre de 0,99 à 1,29 € - 3 offres d'abonnement mensuel en <i>streaming</i> à 7€, 13€ et 29€/ mois - 3 offres d'abonnement annuel en <i>streaming</i> à 70€, 129€ et 290€/ an 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité d'essayer Qobuz Hi-Fi pendant 24h - Magazine musical et culturel avec informations sur les œuvres et acteurs de la vie culturelle, et podcasts

CD1D	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 19 300 titres de 1 694 artistes indépendants - Fichiers en format mp3 et LossLess (qualité CD) 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 € le titre - Jusqu'à 10 € l'album 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute gratuite en streaming d'extraits et de certains titres et albums dans leur intégralité - Radio sans publicité avec classement par styles musicaux
Virgin Mega	<ul style="list-style-type: none"> - Titres - Albums - 9 millions de titres en haute qualité sans DRM - Pas de plateforme dédiée - Synchronisation automatique des contenus numériques avec les bibliothèques iTunes et Windows Media Player 	<ul style="list-style-type: none"> - De 0,69 € à 1,29 € - De 2,99 € à 11,99 € 	<ul style="list-style-type: none"> - Titres gratuits de la semaine - Ecoute d'extraits gratuits - Interview vidéos exclusives d'artistes - Livrets digitaux et vidéo clips - 1 titre offert

Source : Synthèse Hadopi

Exemples de plateformes gratuites (titulaires du label PUR)

	Offre	Prix	Bonus
Beezik	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 6 millions de titres, dont l'intégralité des catalogues d'Universal Music, d'EMI Music, de Sony Music et de nombreux indépendants (Believe, The Orchard...) - Application mobile permettant de synchroniser les titres téléchargés gratuitement sur PC avec les téléphones mobiles 	<ul style="list-style-type: none"> - Offre de téléchargement gratuit avec visionnage d'une publicité pendant le téléchargement d'un titre 	<ul style="list-style-type: none"> - A chaque téléchargement, réserve de points à échanger contre des réductions de prix immédiates pour des achats en ligne - Lien pour acheter l'intégralité d'un album en MP3 sur des sites partenaires
Jamendo	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 340 000 titres libres de droits et sous licences Creative Commons - Plateforme de diffusion de contenus pour les artistes indépendants, avec possibilité de revenus pour les artistes via partenariats commerciaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Offre gratuite pour usage privé - Offre Jamendo Pro : achat de titres pour usages commerciaux tels que l'illustration sonore 	<ul style="list-style-type: none"> - Essais gratuits pour l'offre professionnelle
Altermusique	<ul style="list-style-type: none"> - Plateforme de diffusion de musique libre de droits, permettant aux artistes de diffuser leurs œuvres sous licence libre ou selon d'autres modalités pour les 	<ul style="list-style-type: none"> - Téléchargements en basse et moyenne qualité gratuits - Prix d'accès fixé par l'artiste pour les téléchargements en 	<ul style="list-style-type: none"> - Titres diffusés sous licence libre qui permet la diffusion publique, la réutilisation, le remix ou la radiodiffusion

	offres de services pro - 3 formats de téléchargement possibles correspondant à différents niveaux de qualité : basse (MP3), moyenne (Ogg Vorbis), haute qualité (FLAC) - Synchronisation des contenus numériques permettant de télécharger les albums depuis tous les terminaux - Absence de DRM	haute qualité (gratuit, prix libre de 2 à 20 €, ou prix fixe de 2 à 9 €)	
--	---	--	--

Source : Synthèse Hadopi

Exemples de modèles freemium (titulaires du label PUR)

	Offre	Prix	Bonus
Deezer	- 15 millions de titres, 1 offre gratuite limitée à 5h/mois + radios thématiques - 2 offres premium	- « Premium » : 4,99 €/ mois, illimité sans pub sur PC - « Premium+ » : 9,99 €/ mois sur PC et mobiles + mode hors connexion	- Création d'un compte « ma musique » et possibilités de partage - Inclusion dans certains forfaits mobiles d'Orange avec abonnements Premium à 5 €/ mois et abonnement Premium+ à 2,5 €/ mois - Juke Deezer (playlist automatique contextuelles)
Spotify	- 15 millions de titres - Offre gratuite illimitée pendant 6 mois, puis accès gratuit à 10h/mois et 5 écoutes/ titre - 2 offres premium	- « Unlimited » : 4,99 €/mois sans publicité ni limite sur PC - « Premium » : 9,99 €/ mois sur PC et mobiles + mode hors connexion	- Fonction d'import de la musique personnelle - Partage instantané sur réseaux sociaux - Applications de recommandations musicales - Forfaits mobiles spécifiques
Allomusic	- 7 millions de titres, 1 offre gratuite et 1 offre premium	- « abonnement Or » : 9,99 €/mois, accès illimité à tout le catalogue, mode hors connexion, mobile et tablettes, sans pub	- Rémunération des auditeurs

Source : Synthèse Hadopi

La variété de l'offre se traduit par un niveau de satisfaction élevé des internautes. 90% d'entre eux plébiscitent la facilité d'usage, 86% la disponibilité des titres, 87% la qualité audio et 74% jugent le rapport qualité / prix satisfaisant ⁶.

Les plateformes musicales se distinguent de plus par les différentes modalités d'accès aux titres :

⁶ Source : SNEP « L'économie de la production musicale, édition 2011 »

- **Streaming** (à la demande, *playlists*, flux radio ou *smart radio*) vs. téléchargement provisoire (mode *offline*) ou définitif.
- **Accès sur ordinateur et/ou sur d'autres terminaux** (mobile, tablettes, baladeurs, télévisions, etc.).
- **Accès via des applications ou des services en ligne.**

Selon le rapport de l'Observatoire de la musique numérique du premier semestre 2011, les premiers six mois de 2011 ont été marqués par l'essor rapide du modèle du *streaming*. 45% des éditeurs de sites étudiés dans ce rapport proposent du *streaming* à la demande, soit 9 points de plus en 6 mois, et 42% du *streaming* de *playlists* (+13 points en 6 mois). Le téléchargement reste le modèle prédominant (59% des sites selon l'Observatoire) mais progresse moins vite (+3 points en 6 mois).

Les offres proposent par ailleurs une intégration plus ou moins poussée aux services d'autres acteurs du numérique, qui peut passer par :

- des passerelles vers les réseaux sociaux (Partenariat Facebook / Spotify par exemple)
- des stratégies de distribution via des tiers (Off.tv sur SFR / Neufbox, Deezer / Orange, etc.)
- des partenariats entre plateformes pour compléter leurs offres respectives (tel que Spotify / 7Digital par exemple).

Une offre étoffée et innovante

L'offre dans son ensemble permet l'accès à des répertoires qualitatifs et variés. Les géants mondiaux se positionnent en généralistes, avec des catalogues comprenant des millions de références, couvrant la plupart des genres musicaux (comme par exemple iTunes et ses 20 millions de titres) et permettant à l'utilisateur d'accéder à une offre très diversifiée au sein d'une même plateforme.

D'autres éditeurs font le choix de la spécialisation. Certains s'appuient sur des répertoires de niche, destinés à un public restreint (tels que Gkoot electronic ou MyClubbingStore notamment), ou sur un catalogue de musiques libres (c'est le cas par exemple de Jamendo ou Altermusique). D'autres parient sur la qualité sonore offerte aux utilisateurs, comme Qobuz qui propose ses titres avec une vraie qualité CD (format faiblement compressé), en complément de la qualité standard (au format MP3). Enfin, certains éditeurs initient de nouveaux usages en proposant des façons différentes de découvrir la musique (Musicoverly par exemple).

Le numérique a aussi permis de diversifier les sources de financement des artistes. Se développe en particulier le modèle de la coproduction faisant participer les internautes. Celui-ci permet aux internautes de découvrir des nouveaux talents non produits par des maisons de disques et de financer la production de leur projet. Nombre de sites spécialisés se sont lancés sur ce créneau (tels que MyMajorCompany, Kiss Kiss Bank Bank, etc.). Certains de ces sites ont même pu étendre leur marché à d'autres types de biens culturels (par exemple MyMajorCompany est aussi présent dans la production participative de livres et de BDs). Toutefois, la production participative ne semble envisageable que dans certaines limites (de montants notamment), et ne paraît donc pas constituer à ce jour un plein circuit alternatif pour le financement de la production musicale⁷.

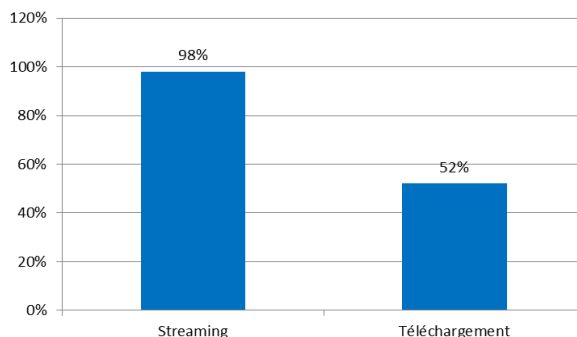
La musique en ligne s'impose dans les pratiques des internautes

L'étude Hadopi-GFK conduite en septembre 2011 confirme l'intérêt des internautes pour la musique numérique. Ainsi, 68% des internautes déclarent consommer de la musique en ligne au moins une

⁷ Voir : <http://www.zdnet.fr/blogs/digital-jukebox/labels-participatifs-les-raisons-d-un-echec-39713371.htm>

fois par semaine. Parmi eux, 41% payent pour accéder à des contenus musicaux en ligne et 98% consomment de la musique gratuite, illustrant une mixité des pratiques payantes / gratuites. 98% des consommateurs de musique en ligne le font via le *streaming* et 52% en téléchargement.

Consommation de musique en ligne



En %. Source : Etude Hadopi-GFK

Selon l'étude Hadopi-GFK⁸, l'ordinateur reste le terminal privilégié pour écouter et / ou visionner de la musique sur Internet (32% des interviewés utilisent l'ordinateur portable ou le mini-PC comme terminal principal pour écouter de la musique téléchargée et 11% l'ordinateur fixe ; pour le *streaming*, l'ordinateur fixe est le principal support d'écoute avec 45%, tout juste devant les ordinateurs portables ou mini-PC avec 44%). Toutefois, les pratiques d'écoute et de visionnage en mobilité (MP3, MP4 et téléphone portable en particulier) se développent largement en parallèle, allant jusqu'à concerner un internaute de l'échantillon sur deux pour l'écoute de musique téléchargée.

Cette préférence pour l'ordinateur dans la consommation de musique numérique, se vérifie à l'échelle mondiale et s'expliquerait notamment par l'importance de la consommation de vidéomusiques : selon Nielsen Music, à la fin 2010, 57% des internautes dans le monde regardent des clips musicaux en ligne⁹. La consommation sur mobile se développe également à l'échelle internationale : 23% des internautes regardent des clips sur ce support et 21% l'utilisent pour *streamer* de la musique¹⁰.

Concernant les modèles d'accès aux contenus, les internautes étaient invités à s'exprimer sur leurs pratiques d'achat de musique en ligne (notamment achat à l'acte ou par abonnement) dans le cadre d'un appel à contribution lancé par les Labs Hadopi¹¹. La majorité des participants est favorable au principe de l'abonnement payant et gratuit. Les répondants déclarent en effet apprécier ces modèles pour la praticité qu'ils offrent dans l'accès aux contenus, de façon immédiate et à plus long terme, ainsi que leur capacité à faire découvrir de nouveaux artistes. Les internautes soulignent par ailleurs leur intérêt pour les modèles alternatifs s'appuyant sur le *crowdfunding*.

Pour aller plus loin

Synthèse du débat sur les pratiques de consommation de la musique en ligne
<http://labs.hadopi.fr/wikis/synthese-sur-la-musique-en-ligne-achat-lacte-ou-abonnement>

Plateformes musicales labellisées PUR « Promotion des usages responsables »
<http://pur.fr/plateformes?categorie=Musique>

⁸ <http://www.hadopi.fr/actualites/agenda/presentation-de-letude-sur-la-consommation-de-musique-en-ligne>

⁹ Nielsen Music, "Digital music consumption and digital music access", janvier 2011

¹⁰ Source : Ibid.

¹¹ Synthèse des 19 contributions : <http://labs.hadopi.fr/wikis/synthese-sur-la-musique-en-ligne-achat-lacte-ou-abonnement>

« Le crowdfunding : entre mécénat et financement collectif, un nouveau modèle pour la production culturelle ? »

<http://labs.hadopi.fr/actualites/le-crowdfunding-entre-mecenat-et-financement-collectif-un-nouveau-modele-pour-la>

Cartographie « Producteurs de disque, les organismes de gestion de droits dans le monde »

<http://labs.hadopi.fr/wikis/cartographie-producteurs-de-disques-les-organismes-de-gestion-des-droits-dans-le-monde>