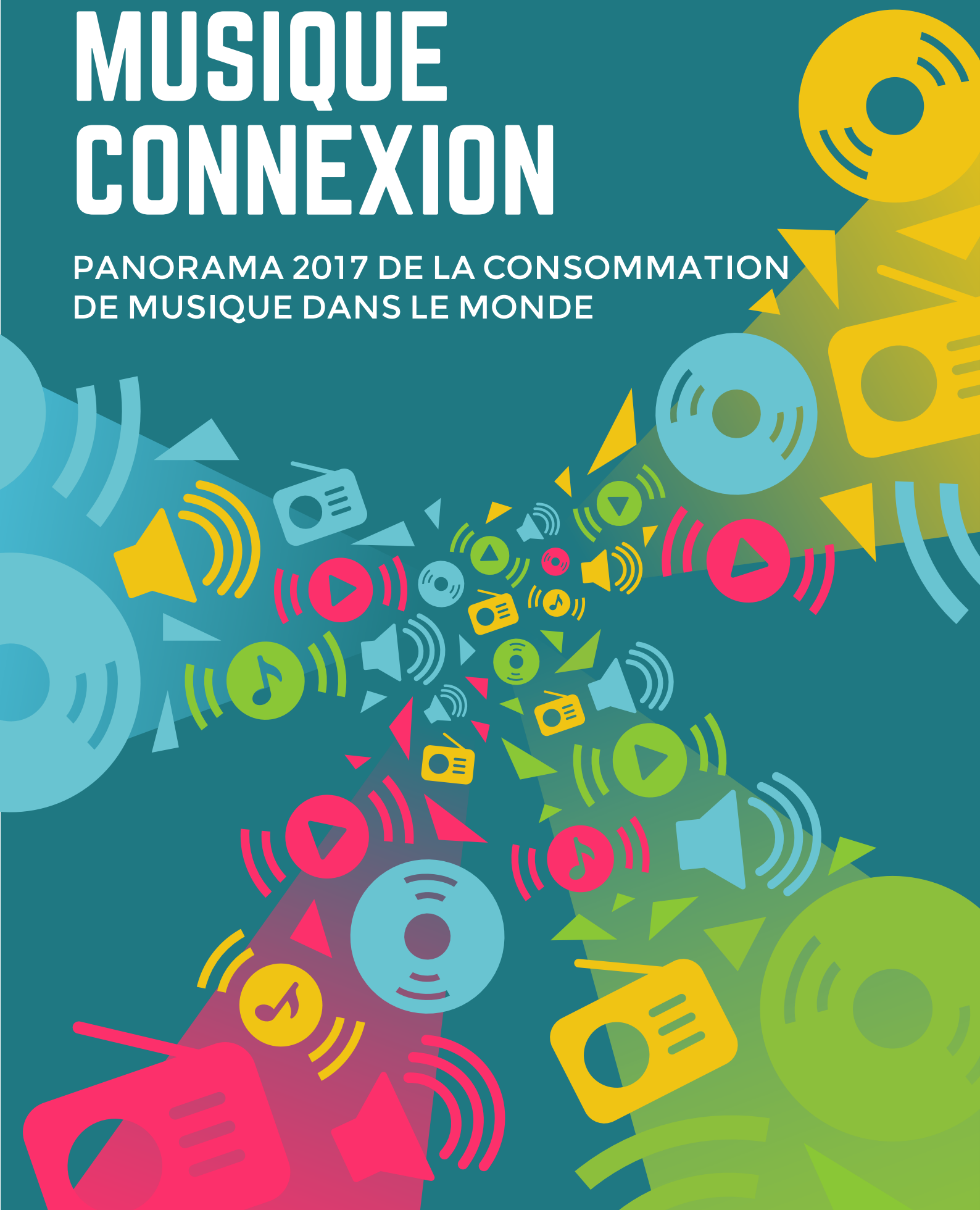


# MUSIQUE CONNEXION

PANORAMA 2017 DE LA CONSOMMATION  
DE MUSIQUE DANS LE MONDE



# INTRODUCTION

**LES MAISONS DE DISQUES SAVENT QU'AU COEUR DE LA RELATION ENTRE LES ARTISTES ET LEURS FANS, UNE SEULE CHOSE COMPTE, LA BONNE MUSIQUE – CE EN QUOI ELLES CONTINUENT DE CROIRE, CE QU'ELLES DEVELOPPENT, CE POURQUOI ELLES INVESTISSENT ET COMBATTENT ARDEMMENT.**

FRANCES MOORE, IFPI CEO

## UN MONDE PASSIONNANT POUR LES FANS DE MUSIQUE

Ce rapport présente un instantané des modes de consommation de la musique enregistrée aujourd'hui. Ces usages sont en pleine croissance et évoluent chaque jour, à l'image des possibilités toujours plus riches et variées, dont disposent les consommateurs aujourd'hui pour écouter de la musique, où et quand ils veulent. Les fans du monde entier s'adonnent de plus en plus au streaming et l'utilisation des services légaux de musique en ligne à la demande ne cesse de croître.

### LA RELATION ETROITE DE LA NOUVELLE GENERATION AVEC LA MUSIQUE

Les jeunes consommateurs montrent un très vif intérêt pour la musique. En dépit des innombrables contenus dont ils disposent aujourd'hui, et qui rivalisent pour capter leur temps et leur attention, la musique occupe une place particulière dans leur vie, et ils en reconnaissent la valeur. L'importance que revêt la musique pour cette nouvelle génération de fans est un signe très encourageant.

### LES MAISONS DE DISQUES TISSENT CE LIEN

Les labels et leurs partenaires sont au cœur de cette relation passionnante entre les consommateurs et la musique. Ils ont investi et construit ensemble l'infrastructure qui permet désormais la mise à disposition de plus de 40 millions de titres et le fonctionnement de centaines de plateformes numériques légales. Et peut-être plus important encore, les maisons de disques sont au tout début du voyage des fans dans la musique : ce sont elles qui découvrent, accompagnent et assurent la promotion des artistes et de leur musique.



### MAIS LA MUSIQUE DOIT ENCORE RELEVER DES DEFIS MAJEURS

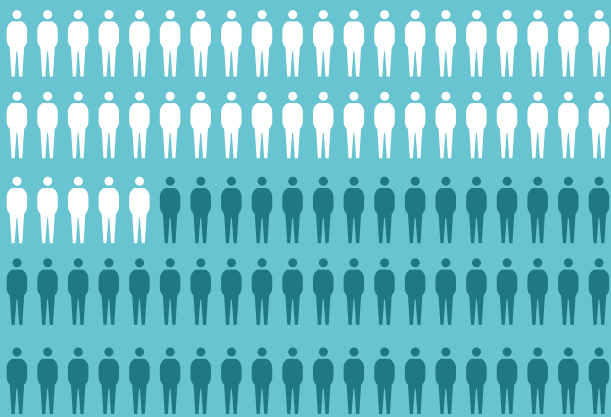
Ce rapport est aussi l'occasion de mettre en lumière les défis que l'industrie de la musique doit relever. Les informations qu'il présente sur le streaming vidéos et la prédominance de YouTube vont utilement alimenter le débat en cours sur le Value Gap. En effet, les services de partage de vidéos comme YouTube sont massivement utilisés par les consommateurs de musique, sans pour autant verser en retour une juste rémunération à ceux qui créent et investissent dans la musique. Le Value Gap est aujourd'hui sans conteste la toute première menace que le monde de la musique doit affronter, et nous sommes mobilisés pour qu'une solution législative vienne y mettre un terme.

Ce panorama souligne également l'enjeu capital que constitue la mise à disposition de musique illicite. La violation des droits d'auteur et droits voisins perdure et continue d'évoluer, avec la pratique du stream ripping comme fer de lance. L'industrie de la musique agit en justice contre ces sites et défend les droits de ceux qui créent la musique. Compte-tenu de la richesse actuelle de l'offre légale mise à la disposition des consommateurs, ces sites n'ont absolument aucune raison d'être dans le monde de la musique d'aujourd'hui.

Alors que la production de musique enregistrée se développe et s'adapte à un environnement passionnant, les consommateurs du monde entier adoptent de nouveaux et multiples usages pour écouter et accéder à la musique. Les maisons de disques savent qu'au cœur de la relation entre les artistes et les fans, il n'est question que d'une seule chose : de la bonne musique. C'est ce en quoi elles continuent de croire, ce qu'elles veulent cultiver, ce pour quoi elles investissent et combattent ardemment.

**FRANCES MOORE,  
CEO DE L'IFPI**

# LA CONSOMMATION DE MUSIQUE EN 2017



**45%**

DES INTERNAUTES PRATIQUENT LE STREAMING AUDIO LÉGAL (37% EN 2016)

EN MOYENNE, LES CONSOMMATEURS UTILISENT

**4**

USAGES LEGAUX DIFFERENTS POUR ECOUTER LA MUSIQUE



**85%**

DES 13-15 ANS ÉCOUTENT LA MUSIQUE EN STREAMING (AUDIO/VIDÉO)

# LE STREAMING VIDEO REPRESENTE PLUS DE LA MOITIE DU TEMPS PASSE A CONSOMMER DE LA MUSIQUE EN STREAMING...



 **22%** STREAMING AUDIO FINANCÉ PAR LA PUB

 **23%** STREAMING AUDIO PAYANT

 **55%** STREAMING VIDÉO (DONT LES SERVICES DE PARTAGE DE VIDÉOS COMME YOUTUBE)

**46%**  
YOUTUBE

LES SERVICES DE PARTAGES DE VIDÉOS DOMINENT L'USAGE DU STREAMING VIDÉO. À LUI SEUL, YOUTUBE CONCENTRE 46% DES HEURES DÉDIÉES À L'ÉCOUTE DE LA MUSIQUE À LA DEMANDE DANS LE MONDE. POUR AUTANT, CES SERVICES DE PARTAGE DE VIDÉOS NE RÉMUNÈRENT PAS LOYALEMENT LES CRÉATEURS ET LES PRODUCTEURS DE MUSIQUE.



**40%**

DES CONSOMMATEURS ACCÈDENT À LA MUSIQUE DE FAÇON ILLICITE

01

# LA CONSOMMATION DE MUSIQUE

LES CONSOMMATEURS  
DE MUSIQUE SONT FORTEMENT  
ADEPTES D'USAGES LÉGAUX

LES MAISONS DE DISQUES ET LEURS PARTENAIRES  
ONT INVESTI ET CONSTRUIT ENSEMBLE L'INFRASTRUCTURE  
QUI PERMET DESORMAIS LA MISE A DISPOSITION  
**DE PLUS DE 40 MILLIONS DE TITRES**  
ET LE FONCTIONNEMENT DE CENTAINES DE PLATEFORMES  
NUMERIQUES LEGALES.

Données IFPI



**96% DES INTERNAUTES CONSOMMENT LÉGALEMENT LA MUSIQUE\***

\*STREAMING AUDIO, STREAMING VIDÉO, ACHATS PHYSIQUES ET EN TÉLÉCHARGEMENTS, RADIO

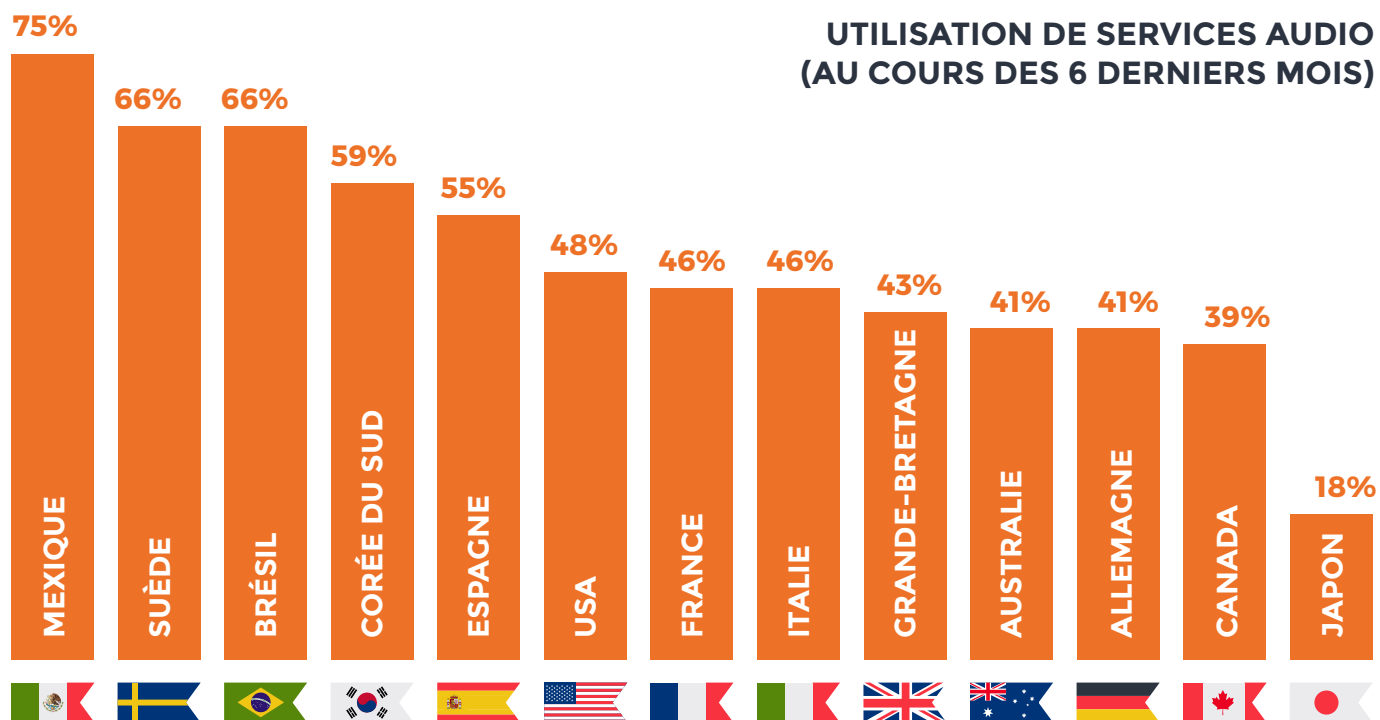


**98% DES 16 - 24 ANS**



**45% UTILISENT DES SERVICES LÉGAUX DE STREAMING AUDIO**

▲ (CONTRE 37% EN 2016)



**50%**

**DES INTERNAUTES ONT CONSOMMÉ LÉGALEMENT DE LA MUSIQUE AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS \*\***

Base : toutes les personnes interrogées ayant consommé légalement de la musique au cours des 6 derniers mois. (n: 11 776. (2016 (n: 11710)

\*Consommation de musique incluant la radio

\*\*Incluent les acheteurs en physique, téléchargement et abonnés à des services de streaming payants

02

# ÉCOUTE DE MUSIQUE : LES USAGES MONDIAUX EN 2017

DES PRATIQUES MULTIPLES  
POUR ÉCOUTER LÉGALEMENT  
LA MUSIQUE

EN MOYENNE, LES CONSOMMATEURS  
UTILISENT 4 USAGES LEGAUX DIFFÉRENTS  
POUR ÉCOUTER LA MUSIQUE



## LES MODES D'ÉCOUTE DE LA MUSIQUE (PRATIQUES UTILISÉES PAR LES INTERNAUTES AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS)



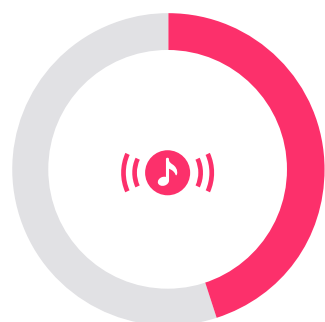
**44%**

ACHÈTENT DES SUPPORTS  
PHYSIQUES OU DES  
TÉLÉCHARGEMENTS

**32%** CDs

**28%** TÉLÉCHARGEMENTS

**17%** VINYLES



**45%**

UTILISENT DES SERVICES  
DE STREAMING AUDIO  
POUR ÉCOUTER LA MUSIQUE

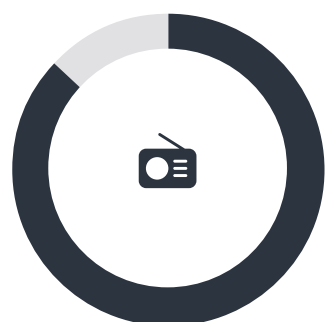
**39%** GRATUIT

**27%** PAYANT



**75%**

UTILISENT DES SERVICES  
DE STREAMING VIDÉO



**87%**

ÉCOUTENT LA MUSIQUE  
À LA RADIO

**68%** RADIO

**35%** WEBRADIO

03

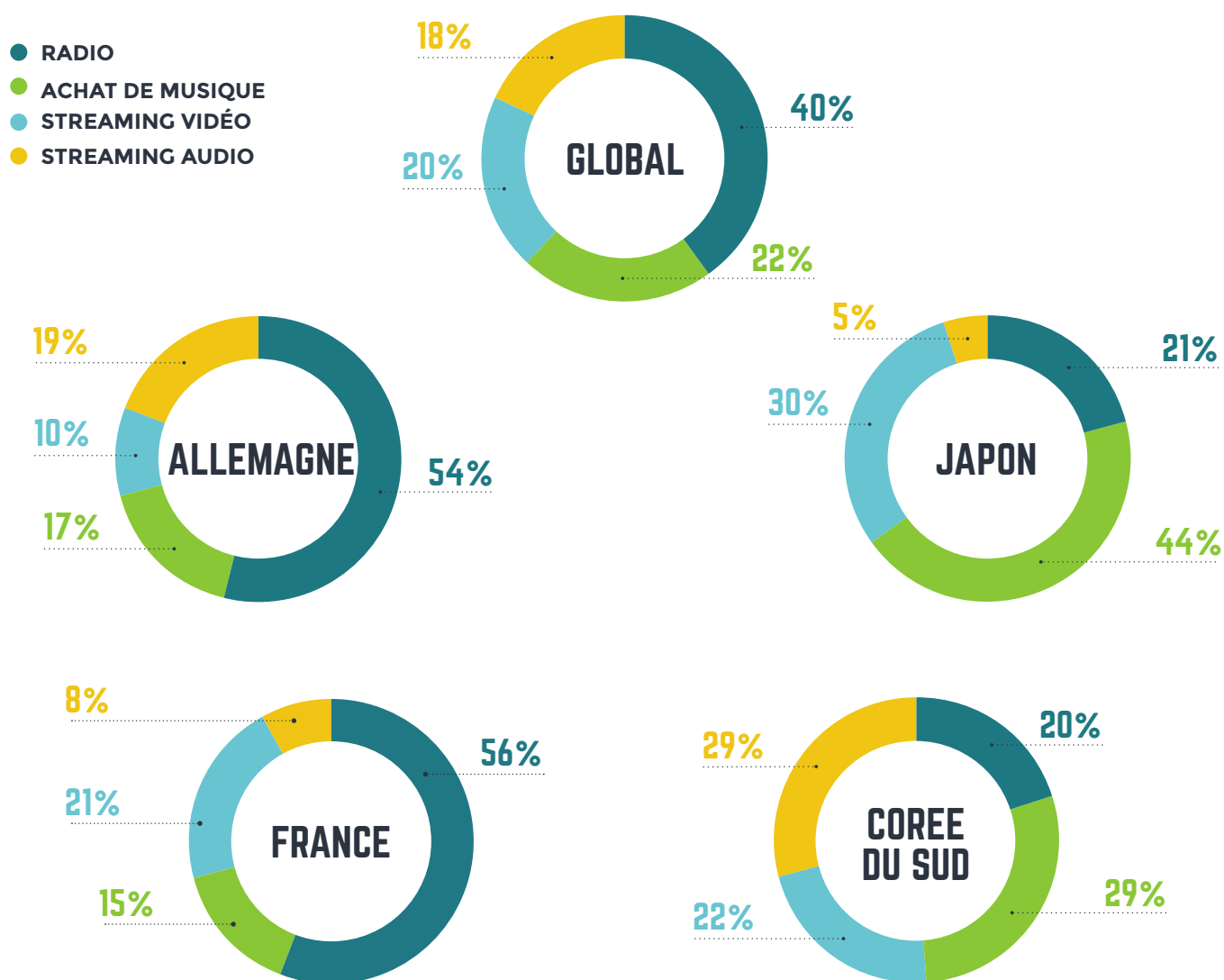
# LES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE DANS LE MONDE

**DES PRATIQUES CONTRASTÉES  
SELON LES PAYS POUR LES FANS  
LES PLUS CONSOMMATEURS DE MUSIQUE**

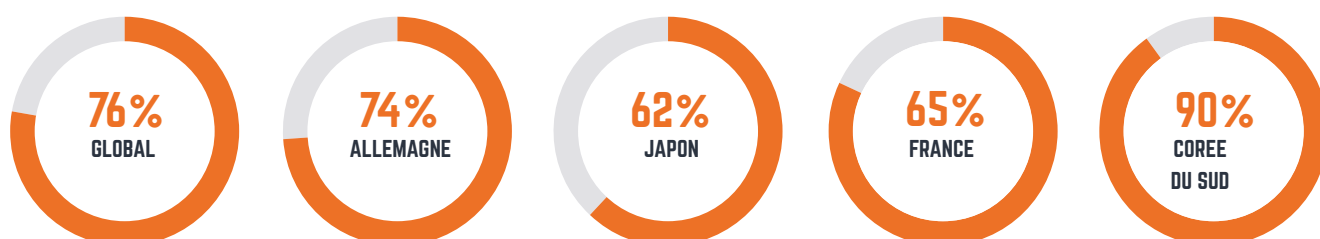
Les usages des 10% des plus grands consommateurs de musique ont été observés dans les 13 pays de l'étude pour connaître les usages spécifiques de chacun, au-delà du comportement général moyen.

# QUELS SONT LES USAGES DES 10% DE FANS LES PLUS CONSOMMATEURS DE MUSIQUE SELON LES PAYS

TEMPS PASSÉ À ÉCOUTER LÉGALEMENT DE LA MUSIQUE PAR USAGE AU COURS D'UNE SEMAINE TYPE



## LES GRANDS CONSOMMATEURS ÉCOUTENT LA MUSIQUE SUR LEURS SMARTPHONES



Base : les grands consommateurs de musique se définissent en fonction du nombre d'heures consacrées à l'écoute hebdomadaire de musique

04

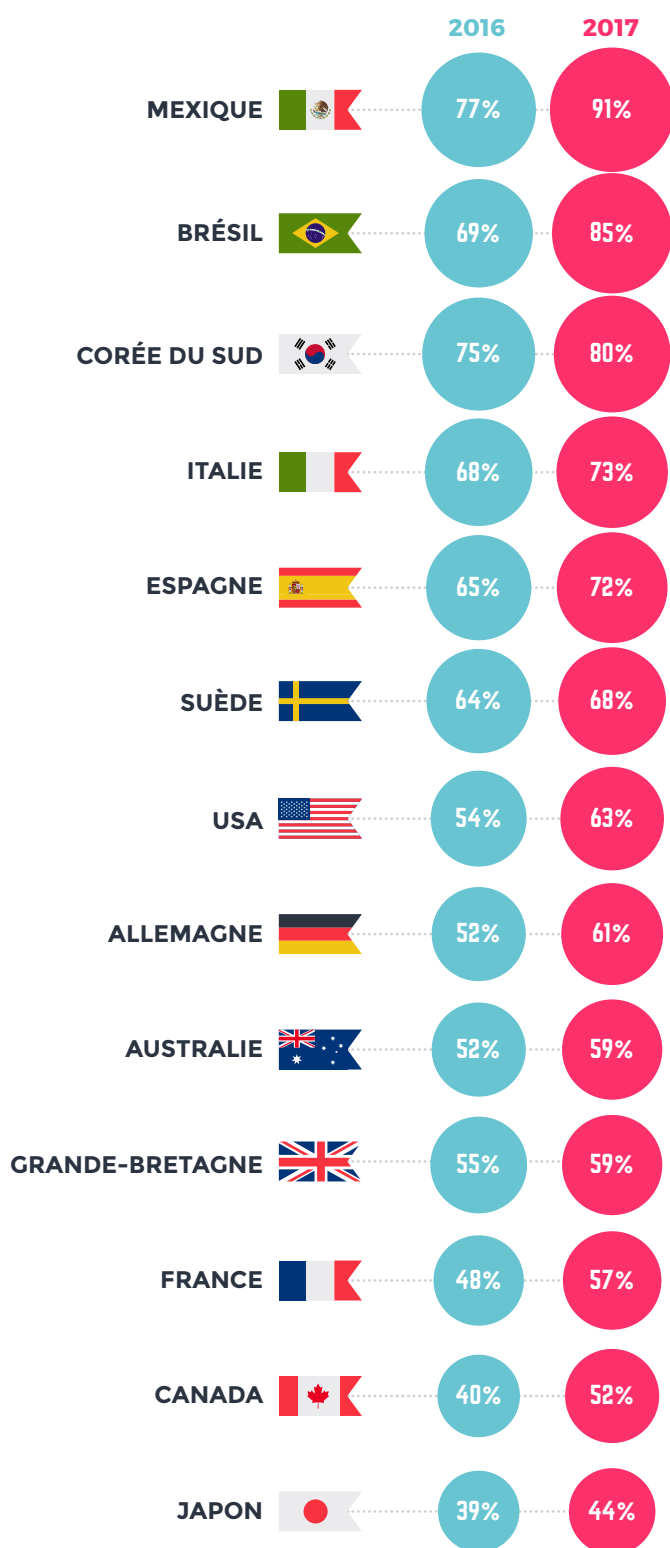
# LE SMARTPHONE ET LA CONSOMMATION DE MUSIQUE

**L'UTILISATION DU SMARTPHONE POUR ECOUTER LA MUSIQUE EST UNE PRATIQUE MONDIALE EN PLEINE EXPANSION**

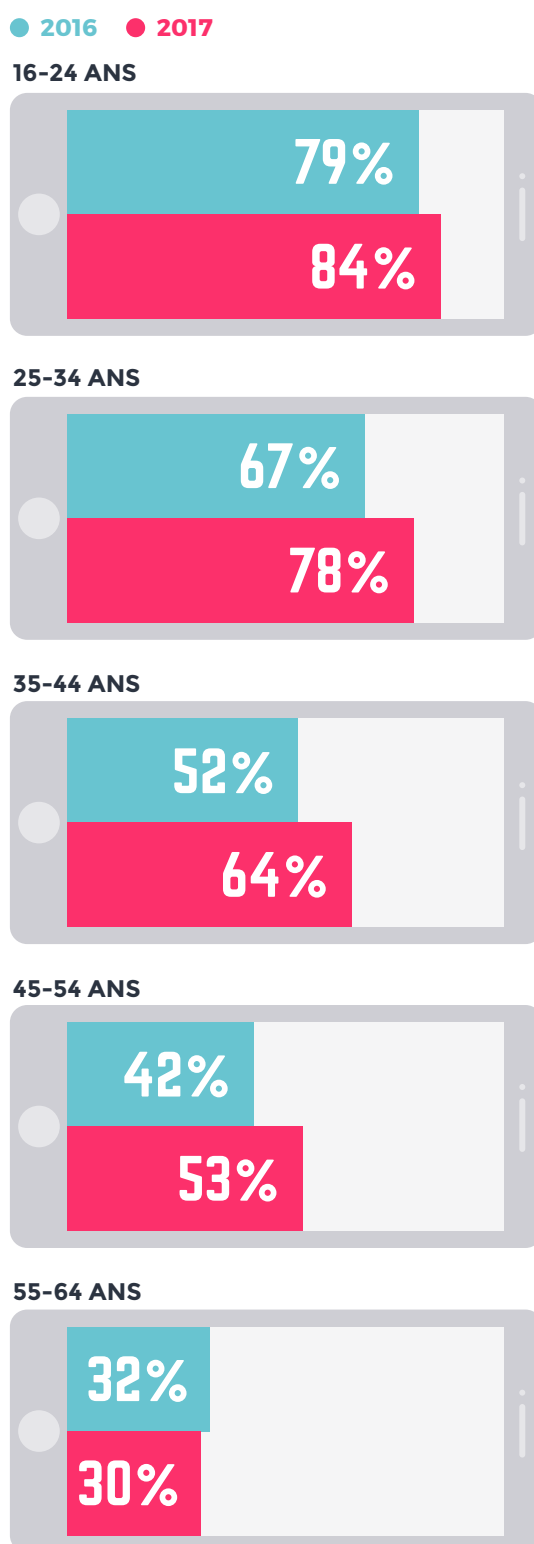
Le développement de l'usage du smartphone pour l'écoute de musique est commun à toutes les classes d'âge de 16 à 54 ans.

**90%** DES ABONNES A DES SERVICES DE STREAMING PAYANTS UTILISENT LEUR SMARTPHONE POUR ECOUTER LA MUSIQUE

## L'UTILISATION DU SMARTPHONE POUR LA MUSIQUE DANS LE MONDE



## L'UTILISATION DU SMARTPHONE POUR LA MUSIQUE SELON LES TRANCHES D'ÂGE



Base : Ensemble des personnes interrogées ayant déclaré utiliser un smartphone pour écouter la musique au cours des 6 derniers mois (n : 11776) dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

05

# LES JEUNES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE

UN LIEN ÉTROIT UNIT LA JEUNESSE  
MONDIALE ET LA MUSIQUE LÉGALE

Les internautes de 13 - 15 ans font preuve d'un grand attachement à la musique - une bonne indication de ce que sera la « nouvelle génération » de consommateurs ».

---

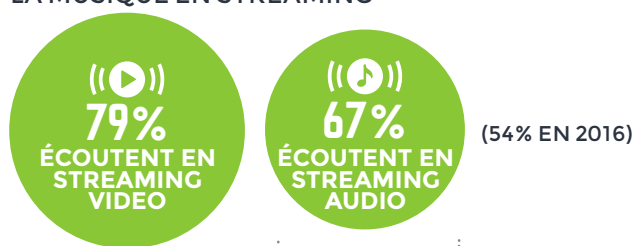
“ LA MUSIQUE COMPTE POUR MOI ”

DÉCLARENT 71% DES 13 - 15 ANS  
(70% DES 16 - 24 ANS)

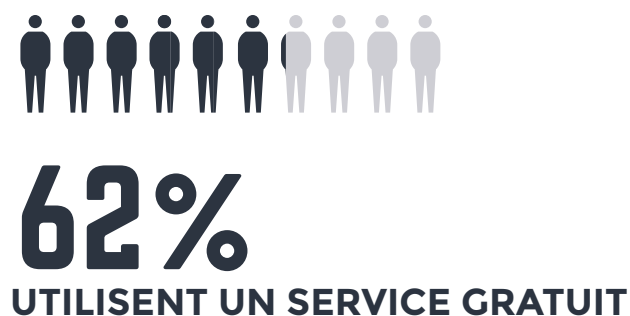
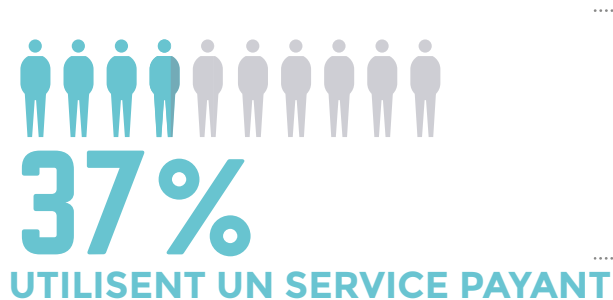
## LES JEUNES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE



PARMI LES 13 - 15 ANS QUI ÉCOUTENT LA MUSIQUE EN STREAMING

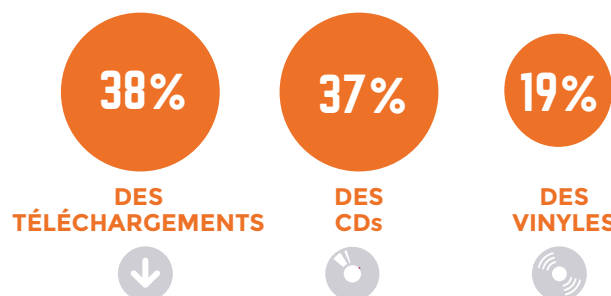


PARMI LES UTILISATEURS DE STREAMING AUDIO

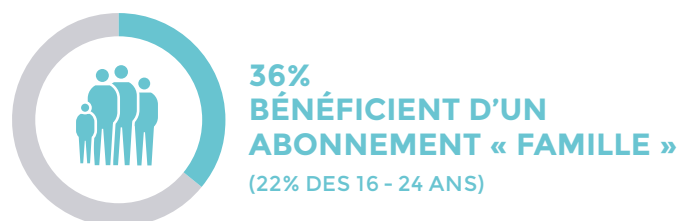
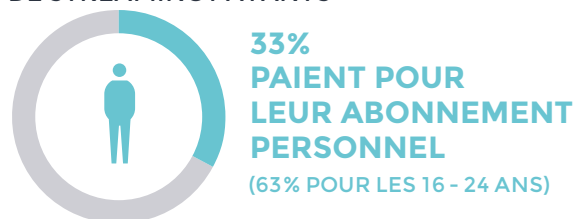


**53%**

DES 13 - 15 ANS ACHÈTENT DES SUPPORTS PHYSIQUES OU DES TÉLÉCHARGEMENTS



PARMI LES UTILISATEURS DE SERVICES DE STREAMING PAYANTS



06

# STREAMING VIDEO

## LE VALUE GAP

LES SERVICES DE PARTAGE DE VIDÉOS COMME YOUTUBE, MASSIVEMENT UTILISÉS POUR LA MUSIQUE, NE PROCURENT PAS ENCORE EN RETOUR UNE JUSTE REMUNERATION A CEUX QUI LA CREENT ET QUI INVESTISSENT DANS SA PRODUCTION.

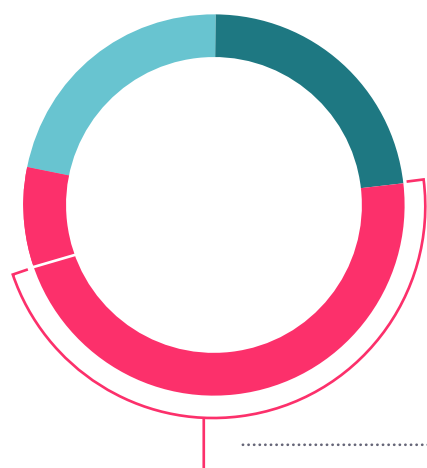
CE PHENOMENE DU « VALUE GAP » EST UN ENJEU MAJEUR POUR TOUTE LA FILIERE MUSICALE, QUI SE MOBILISE POUR EN OBTENIR LA CORRECTION PAR VOIE LEGISLATIVE.

---

**AU COURS DU MOIS ECOULE 85% DES UTILISATEURS DE YOUTUBE S'EN SONT SERVI POUR ECOUTER DE LA MUSIQUE, SOIT ENVIRON 1,3 MILLIARDS D'INTERNAUTES.**



# LE STREAMING VIDEO REPRESENTE PLUS DE LA MOITIE DU TEMPS PASSE A CONSOMMER DE LA MUSIQUE EN STREAMING...



- 55%** | **STREAMING VIDÉO**  
(DONT LES SERVICES DE PARTAGE DE VIDÉOS COMME YOUTUBE)
- 23%** | **STREAMING AUDIO PAYANT**
- 22%** | **STREAMING AUDIO FINANCE PAR LA PUB**

## 46% YOUTUBE

LES SERVICES DE PARTAGES DE VIDÉOS DOMINENT L'USAGE DU STREAMING VIDÉO. À LUI SEUL, YOUTUBE CONCENTRE 46% DES HEURES DÉDIÉES À L'ÉCOUTE DE LA MUSIQUE À LA DEMANDE DANS LE MONDE.

POUR AUTANT, CES SERVICES DE PARTAGE DE VIDÉOS NE RÉMUNÈRENT PAS LOYALEMENT LES CRÉATEURS ET LES PRODUCTEURS DE MUSIQUE.

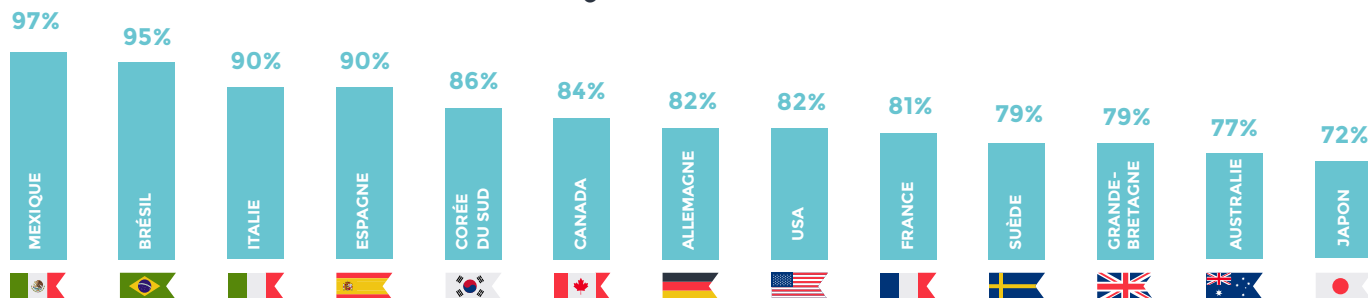
REVENU ANNUEL ESTIMÉ DU PRODUCTEUR PAR UTILISATEUR

**< 1 \$ US**

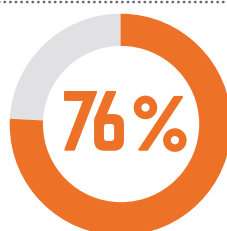
**20 \$ US**

Source IFPI - ifpi.org / value Gap

### UTILISATION DE YOUTUBE POUR LA MUSIQUE PAR PAYS



SI CERTAINS INTERNAUTES SE SERVENT DE YOUTUBE POUR DÉCOUVRIR DE NOUVELLES MUSIQUES



DES UTILISATEURS DE YOUTUBE Y ÉCOUTENT DES MUSIQUES QU'ILS CONNAISSENT DÉJÀ

07

# LE PIRATAGE DE LA MUSIQUE

**LA VIOLATION DES DROITS D'AUTEUR ET DES DROITS VOISINS RESTE UN PROBLEME MAJEUR POUR TOUTE LA FILIERE MUSICALE**

Avec un volume jusque-là inédit de musique légale disponible pour les consommateurs, et des accès de plus en plus larges et variés, ces pratiques n'ont pas leur place dans le monde de la musique d'aujourd'hui, ni de demain.

**40% DES CONSOMMATEURS UTILISENT DES SERVICES DE MUSIQUE ILLICITES**



## LES MODES DE PIRATAGE EVOLUENT TRES VITE LE STREAM RIPPING EST L'USAGE ILLICITE DOMINANT ET NE CESSE DE SE DEVELOPPER



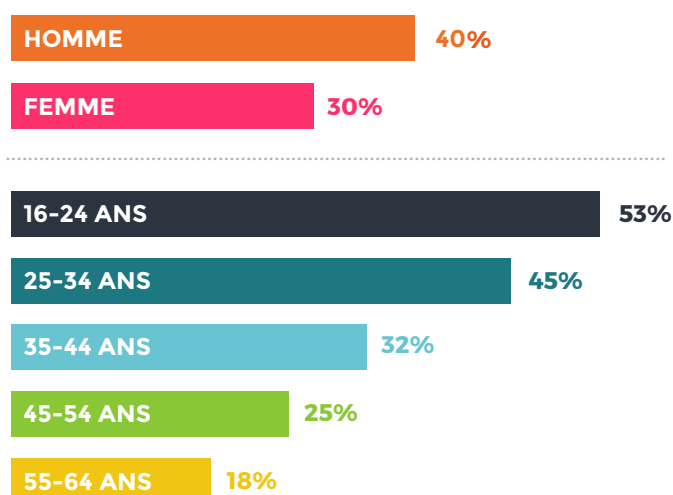
**35%**  
DES INTERNAUTES  
PRATIQUENT LE  
STREAM RIPPING  
(30% EN 2016)



ET  
**53%**  
DES INTERNAUTES  
DE 16 - 24 ANS

### QUI PRATIQUE LE STREAM RIPPING ?

Les adeptes du stream ripping sont plutôt jeunes, masculins et s'adonnent souvent à d'autres types de piratage comme BitTorrent et le téléchargement à partir de cyberlockers. Ils utilisent généralement le stream ripping pour se procurer des titres seuls.



### LES MOTEURS DE RECHERCHE JOUENT UN ROLE DETERMINANT DANS LES VIOLATIONS DES DROITS D'AUTEUR



**54%**  
DE CEUX QUI TELECHARGENT  
ILLEGALEMENT LA MUSIQUE  
UTILISENT GOOGLE POUR TROUVER  
DES FICHIERS ILLICTES DE MUSIQUE

08

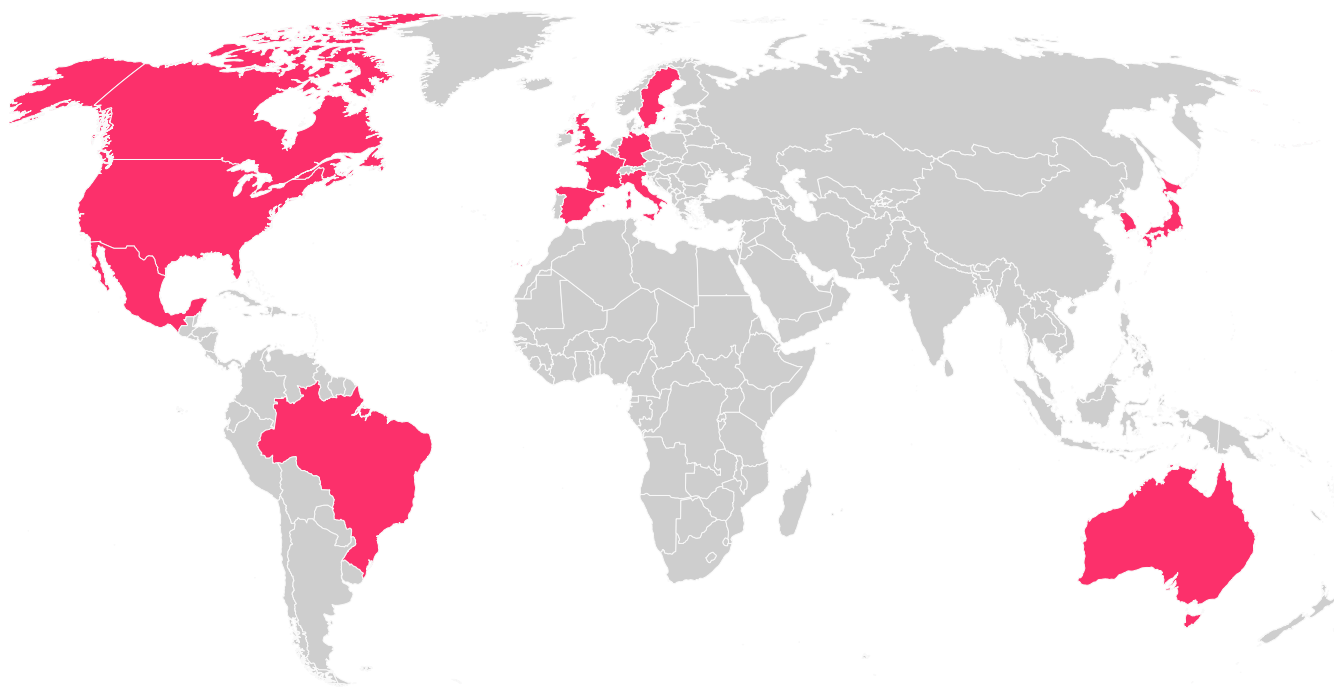
# METHODOLOGIE

L'IFPI A MANDATE IPSOS CONNECT  
POUR REALISER UNE ETUDE GLOBALE  
SUR LES USAGES ACTUELS DES  
CONSOMMATEURS DE MUSIQUE

**Ce rapport est basé sur une étude menée auprès d'internautes âgés majoritairement de 16 à 64 ans, sur les 13 principaux marchés de la musique enregistrée dans le monde (USA, Canada, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique). Ces territoires représentent 85% du chiffre d'affaires mondial de la musique enregistrée.**

(Source IFPI)

**Cette étude s'appuie sur un travail similaire réalisé par Ipsos Connect lors d'années précédentes, permettant ainsi d'établir des modèles de croissance et des tendances clés.**



## NOTE SUR L'ÉTUDE

Le taux moyen de pénétration d'Internet dans les pays étudiés est d'environ 90% de la population nationale, à l'exception du Brésil (67,5%) et du Mexique (56%). Dans les pays ayant un taux de pénétration d'Internet plus bas, on considère généralement que les enquêtes en lignes sont moins représentatives des comportements des internautes, les répondants étant des adeptes précoces des services numériques. Cela se traduit dans les résultats de l'étude, où l'on peut constater des taux plus élevés d'utilisation des différents services de musique

numérique, que dans les autres pays.

De plus, le profil par âge des participants au sondage étant plus jeune au Mexique (16 - 50 ans) que dans les autres pays (16 - 64 ans), on obtient des résultats plus élevés pour l'usage de services numériques au Mexique, les jeunes étant de plus grands utilisateurs de ceux-ci que le reste de la population. Enfin, les enquêtes menées au Brésil et au Mexique ont été conduites auprès d'internautes situés uniquement en zones urbaines, ce qui accroît les niveaux d'usages dans ces pays.



---

IFPI.ORG