

CONJONCTURE ET INDICATEURS DU MARCHÉ DE LA MUSIQUE

Marché 2011

EDITO

2011 : UNE ANNEE DE TRANSITION DETERMINANTE

Au-delà du résultat négatif (-6%) qui a caractérisé le marché de la musique enregistrée en France pour l'année 2010, il est utile de s'attarder sur les faits marquants de ces derniers mois, pour mieux comprendre les raisons d'espérer des producteurs, mais aussi leurs attentes.

Le constat essentiel de ce bilan annuel est que le marché numérique de la musique constitue désormais un véritable relais de croissance : les ventes digitales représentent aujourd'hui 16% du chiffre d'affaires des éditeurs phonographiques.

Deux phénomènes marquants ont pu être constatés :
L'explosion des abonnements premium : +60%
La forte progression du téléchargement à l'unité : + 29%

2010 marquera un tournant dans l'histoire du marché de la musique puisque l'équilibre entre les actes d'achat physique et numérique a été atteint ; avec 54 millions de CD vendus et 52 millions d'actes d'achat dématérialisés, la parité est quasiment atteinte.

Néanmoins, le développement encourageant de ces modes d'exploitation ne compense pas encore la décroissance des ventes physiques.

Mais si le net ralentissement de cette baisse constaté en 2009 ne s'est pas confirmé l'an dernier, rappelons la conjonction de deux facteurs à prendre en compte pour expliquer ce résultat : d'une part, « l'effet Michael Jackson », dont le décès avait dopé les ventes en 2009, et d'autre part, des ventes de fin d'année lestées par une mauvaise conjoncture (grèves, intempéries) alors que le mois de décembre concentre près d'un quart des achats de musique enregistrée.

Dans ce contexte délicat de mutation de l'économie d'une filière toute entière, et après avoir numérisé l'intégralité de leurs catalogues (14 millions de titres sont accessibles en France), multiplié les accords commerciaux avec les services dématérialisés de musique et signé, dans le cadre de la mission Hoog, la charte des 13 engagements pour la musique en ligne, les producteurs attendent aujourd'hui des pouvoirs publics qu'ils les accompagnent très concrètement dans cette période de transition.

L'amélioration du crédit d'impôt à la production, l'accélération de la réponse graduée, l'instauration d'un taux de TVA réduit pour les services de musique en ligne, une plus grande diversité musicale à la radio et une meilleure exposition de la musique à la télévision sont autant d'enjeux cruciaux pour la production musicale en France.

De même, la mise en place d'un fond de soutien destiné à la filière musicale constituera une étape majeure pour tous ceux qui, malgré la crise, continuent à investir dans la production musicale.

Les membres du SNEP et toute la profession ont bien entendu les engagements que le Ministre de la Culture a pris à leurs côtés lors du dernier Midem. Ils s'en réjouissent car le soutien à l'investissement et en faveur de la création sont des conditions incontournables au renouveau de cette filière, qui, n'en déplaise à certains cuistres de la blogosphère, a su se remettre en question et se mobiliser pour retrouver un cercle vertueux et des modèles économiques pérennes à l'ère du numérique.

David El Sayegh
Directeur Général



MARCHE DE LA MUSIQUE ENREGISTREE EN 2010

Ventes éditeurs de CD/DVD musicaux (nettes de remises) et revenus numériques

554.4 millions d'euros et 97.7 millions d'unités vendues
-5.9 % en valeur dont :

- +14.1 % pour les ventes numériques
- -8.9 % pour les ventes physiques

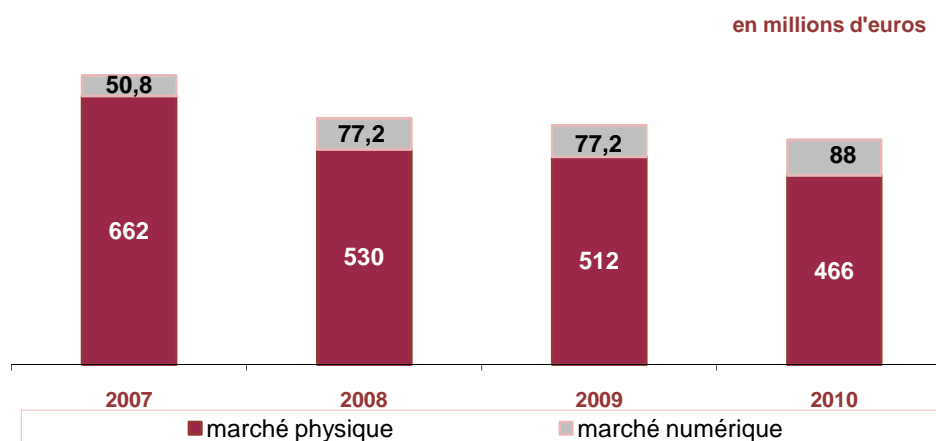
En 2010, le marché de gros de la musique enregistrée a représenté 554.4 millions d'euros, contre 589.3 millions d'euros en 2009 soit une baisse de 5.9 % par rapport à 2009.

- le marché numérique : 88.1 millions d'euros, en hausse de 14.1 %.
- le marché physique : 466.3 millions d'euros, en baisse de 8.9 %.

Il s'agit néanmoins d'une baisse en trompe l'œil puisque l'année 2009 avait été dopée par les fortes ventes de Michael Jackson disparu en juin 2009.

Hors effet Michael Jackson, le marché n'aurait chuté que de 2.5 %.

L'évolution du marché en 2010 a par ailleurs été pénalisée par une consommation de fin d'année qui a beaucoup souffert : novembre et décembre 2010 ont tous les deux enregistré une baisse de 9 % des achats dans les magasins.



En 2010, les ventes numériques représentent 16 % du chiffre d'affaires des éditeurs phonographiques (contre 13 % en 2009).

LES FAITS MARQUANTS DE L'EVOLUTION DU MARCHE EN 2010

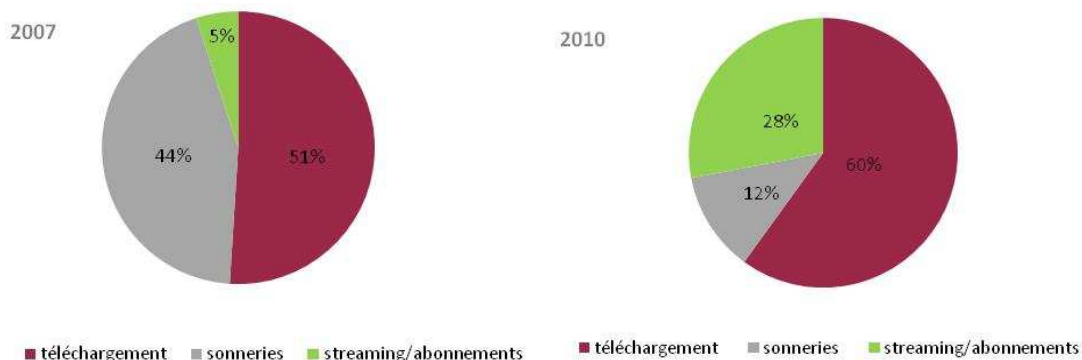
Explosion des revenus issus des abonnements : + 60 %

14.5 millions d'euros en 2010 VS 9 millions d'euros en 2009.

Cette progression témoigne du succès de ces offres : fin décembre 2010, plus de 600 000 personnes en France avaient souscrit à un abonnement à un service de musique en ligne.

La structure des revenus numériques est donc en pleine évolution :

- Croissance de la part du téléchargement : 60 % en 2010 contre 51 % en 2007,
- Forte croissance des modèles de streaming (notamment par abonnement) : 28 % en 2010 contre 5 % en 2009,
- Déclin des sonneries : seulement 12 % en 2010 contre 44 % en 2007



Forte progression des ventes en téléchargement : +29 %

- +25 % pour les titres
- +35 % pour les albums

35 millions de titres ont été téléchargés en 2010

Le marché des titres est aujourd'hui un marché quasiment numérique puisque 96 % des ventes sont réalisées en téléchargement.

	Millions d'euros		
	2009	2010	Evolution
Titres vendus à l'unité	28.5	30.6	+7.3 %
♦ Supports	6.9	3.8	-44 %
♦ Téléchargement	21.6	26.8	+25 %

4 millions d'albums ont été téléchargés en 2010

Le marché des albums, malgré la forte progression des ventes numériques en 2010 (+34.6 %), reste axé sur les supports physiques qui représentent 92 % des ventes d'albums : 4 millions d'albums vendus en téléchargement vs 47 millions vendus dans les magasins.

	Millions d'euros		
	2009	2010	Evolution
Albums	480.5	439.7	-8.5 %
Albums vendus en magasins	464.4	418	-10 %
Albums vendus en téléchargement	16.1	21.7	+34.6 %

Progression de 8 % des revenus du streaming financé par la publicité

Ces revenus atteignent 9.8 millions d'euros en 2010 vs 9 millions en 2009.

Les ventes de sonneries sont en fin de cycle

Le chiffre d'affaires des sonneries a chuté de 21 % passant de 6.7 millions d'euros en 2009 à 5.2 millions d'euros en 2010.

LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE EN 2010

(milliers d'euros)

VENTES DE SUPPORTS	2009	2010	Evolution
Singles	6 894	3 853	-44%
Albums	464 420	417 947	-10%
DVD	40 209	43 842	+9%
Autres	618	726	+17%
TOTAL MARCHÉ PHYSIQUE	512 141	466 368	-8,9%

MARCHÉ NUMÉRIQUE	2009	2010	Evolution
TELECHARGEMENT INTERNET	39 638	47 424	19.6%
Titres	15 503	20 986	+35.4%
Albums	16 149	21 743	+34.6%
Vidéomusicales	814	676	-17 %
Autres	7 172	4 019	-44%
TELEPHONIE MOBILE	19 457	16 313	-16.2%
Sonneries	6 684	5 260	-21.3%
Titres	6 067	5 840	-3.7%
Vidéomusicales	693	441	-36.4%
Autres	6 013	4 772	-20.6%
STREAMING ET ABONNEMENTS	18 139	24 379	+34.4%
Streaming financé par la publicité	9 069	9 821	+8.3%
Abonnements à des services de musique en ligne	9 070	14 558	+60.5%
TOTAL MARCHÉ NUMÉRIQUE	77 234	88 116	+14.1%
TOTAL MARCHÉ	589 375	554 484	-5.91%

PRATIQUES DES FRANÇAIS EN MATIERE DE MUSIQUE NUMERIQUE

Les enseignements clés d'un sondage réalisé par IFOP pour le SNEP (janvier 2011).

45 % des français (dont 74 % des 15-24 ans) consomment de la musique en ligne (téléchargement/streaming)

31 % de la consommation en ligne des 15-24 ans est réalisée à partir d'un mobile

Le streaming audio est le mode de consommation le plus plébiscité notamment chez les 15-24 ans

- **Ecoute en streaming :** 61 % (dont 77 % pour les 15-24 ans)
- **Téléchargement :** 44 %
- **Visionnage de vidéomusicales :** 42 %

Les consommateurs de musique en ligne sont très satisfaits des services proposés

- **90 % sont satisfaits de la facilité d'utilisation des services (ergonomie et portabilité)**
- **86 % sont satisfaits de la disponibilité des titres recherchés**
- **87 % sont satisfaits de la qualité audio**
- **74 % sont satisfaits du rapport qualité/prix**

Seulement 5 % des consommateurs de musique numérique connaissent bien la carte musique et ses avantages :

- **59 % n'en ont jamais entendu parler,**
- **36 % en ont entendu parler sans en connaître précisément les avantages.**

LE MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE EN 2010

Ventes en magasins TTC et téléchargement légal (Internet et téléphonie mobile)

817.4 millions d'euros
-9.6 % en valeur dont :
-12.7 % pour les ventes en magasins
+32.4 % pour les ventes en téléchargement (Internet fixe)

En 2010, le marché de détail de la musique enregistrée a représenté 817.4 millions d'euros en baisse de 9.6 % par rapport à 2009.

Le marché de détail de la musique enregistrée en 2010 (valeur TTC)

En millions d'euros	2007	2008	2009	2010	Evolution	Part de marché
•Ventes en magasins	1 127	940.6	833.3	727.2	-12.7 %	89 %
•Téléchargement	29	42.1	61.4	90.2	+32.4 %	11%
TOTAL	1 156	982.7	894.7	817.4	-9.6 %	100 %

En volume, ce sont 52.7 millions d'albums, 3.2 millions de DVD musicaux et 35 millions de singles/titres qui ont été vendus pour un total de 90.9 millions d'unités soit un chiffre identique à celui de 2009 (90.7millions d'unités).

En millions d'unités	2007	2008	2009	2010	Evolution 10/09
• Nombre d'albums vendus	67	61.1	56.5	52.7	-6.7 %
En magasins	65.4	58.7	52.6	47.4	-10 %
Sur les plateformes de téléchargement internet	1.6	2.4	3.9	5.3	+36 %
• Nombre de singles/titres vendus	22.6	25.2	30.6	35	+14.4 %
En magasin	9.2	5.6	2.8	1.6	-43 %
Sur les plateformes de téléchargement internet	13.4	19.6	27.8	33.4	+20 %
•Nombre de vidéomusicales vendues en magasins	5.9	3.7	3.6	3.2	-11 %

- Le nombre de singles vendus progresse de 4.4 millions d'unités grâce exclusivement à la progression de 5.6 millions pour les titres téléchargés.
- Le nombre d'albums vendus a donc chuté de 3.8 millions d'unités : la baisse des ventes d'albums en magasins (-5.2 millions d'unités) n'a pas été compensée par la hausse des ventes d'albums en téléchargement (+1.4 million d'unités).
- Le nombre de DVD vendus baisse de 0.4 million d'unités.

En 2010 :

10 % des albums vendus sont téléchargés (7 % en 2009, 4% en 2008, 2.4 % en 2007 et 2% en 2006)

95 % des titres vendus sont téléchargés (91 % en 2009, 78% en 2008, 59 % en 2007 et 40% en 2006)

En téléchargement :

La vente de titres progresse de 20.5% en volume et de 25.3% en valeur

La vente d'albums progresse de 34.6% en volume et de 38.5% en valeur

• **TELECHARGEMENT DE TITRES ET D'ALBUMS (Internet + mobile)**
90.2 millions d'euros (+32.4%)

- Titres : +20.5% en volume et +25.3% en valeur
- Albums : +34.6% en volume et +38.5% en valeur

En 2010, près de 120 millions de titres ont été achetés sur les plateformes de téléchargement légal dont 40 millions de titres à l'unité et 80 millions de titres sous forme d'albums.

En valeur, le marché TTC du téléchargement légal a représenté 90.2 millions d'euros (dont 49% pour les titres vendus à l'unité et 51% pour les albums) soit une progression de 32.4% par rapport à 2009.

	VOLUME (millions d'unités)					
	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
Titres vendus à l'unité	11.5	13,4	19.6	27.7	40	+20.5%**
Albums vendus dans leur totalité	1.1*	1.6*	2.4	3.9	5.3	+34.6%**
TOTAL	28 millions de titres*	37,4 millions de titres*	55.6 millions de titres *	86.2 millions de titres	120 millions de titres*	+30.**%

	VALEUR (millions d'euros)					
	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
Titres vendus à l'unité	11.8	13.7	19.8	28.6	44.4	+25.3%
Albums vendus dans leur totalité	10.9	15.5	22.3	32.8	45.8	+38.5%
TOTAL	22.7 millions d'euros	29.2 millions d'euros	42.1 millions d'euros	61.4 millions d'euros	90.2 millions d'euros	+32.4%**

* équivalent de 15 titres pour un album.

** progression web seulement car pas d'historique sur le mobile (intégration du mobile en 2010)

- **LES VENTES DE DISQUES ET VIDEOMUSIQUES EN MAGASINS**

727.2 millions d'euros

-12.7 % en valeur et -11.4 % en volume

Les données communiquées sont relevées par GFK à partir d'un échantillon d'environ 3 000 points de vente, représentatifs à la fois de la structure et de l'exhaustivité des ventes de détail en France (hors clubs, hors e-commerce).

- **Evolution par support**

En 2010, les ventes de disques et de vidéomusicales en magasins ont représenté 727.2 millions d'euros en baisse de 12.7 % par rapport à 2009.

Cette baisse touche l'ensemble des supports : -42 % pour les singles, -12.9 % pour les albums et -5.3 % pour les vidéomusicales.

VENTES DETAIL TTC	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2010/2009
Chiffre d'affaires (millions d'euros)	1 287	1 127	940.6	833.3	727.2	-12.7%
<i>Dont :</i>						
Singles	71	38	23.4	12.2	7.1	-42%
Albums	1 086	978	845.9	754.6	657.2	-12.9%
Videomusicales	130	112	71.3	66.5	62.9	-5.3%
Unités Vendues (millions d'unités)	92	80.5	68	59	52.2	-11.4%
<i>Dont :</i>						
Singles	17.3	9.2	5.6	2.8	1.6	-43%
Albums	69.5	65.4	58.7	52.6	47.4	-10%
Vidéomusicales	6	5.9	3.7	3.6	3.2	-11%

- **Evolution par canal de distribution**

La baisse du marché est ressentie dans les grandes surfaces alimentaires (-10.3 %) comme dans les grandes surfaces spécialisées (-14%). Aujourd'hui, les deux tiers des ventes de supports sont réalisées dans les enseignes spécialisées.

	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2010/2009	Part de marché
Chiffre d'affaires magasins	1 287	1 127	940.6	833.3	727.2	-12.7%	100%
• dont GSA	567	465	320.1	284	254.7	-10.3%	35%
• dont GSS	720	662	620.5	549.3	472.5	-14%	65%

- **Evolution par genre musical**

En 2010, la part de marché de la variété francophone (27.4%) gagne du terrain au dépend de la variété internationale (24.6%). Au total, la variété représente 52 % des ventes (53% en 2009).

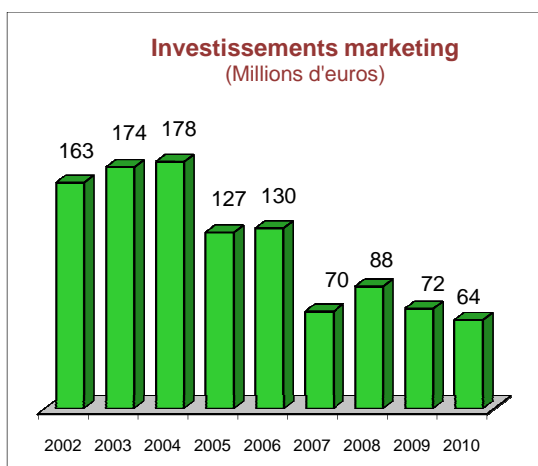
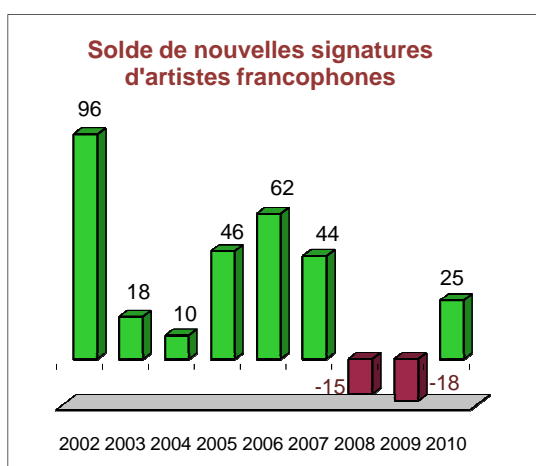
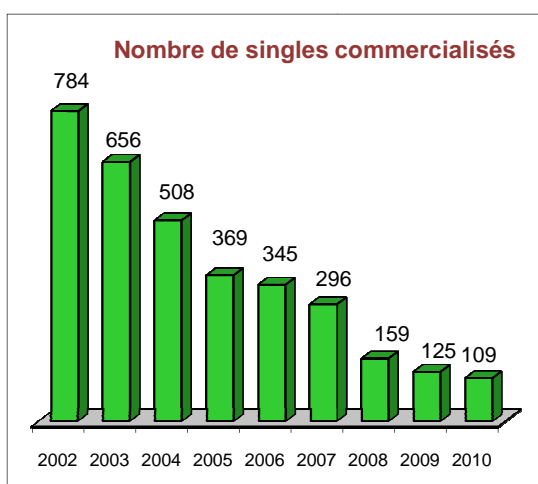
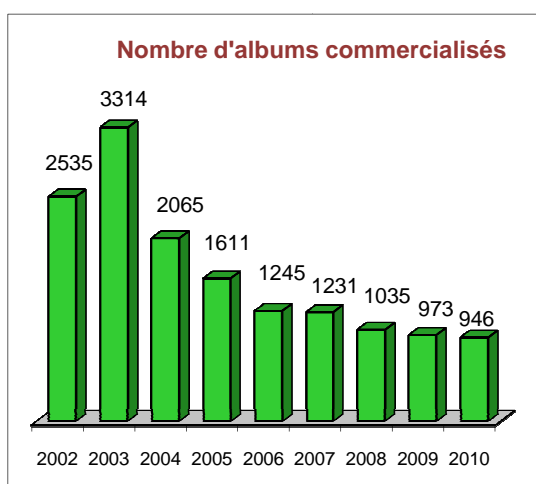
Genres	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Variété francophone	33,8%	37,6%	35.4%	32.8%	33.1%	30.9%	29.5%	25.4%	27.4%
Variété internationale	22,1%	25,9%	25.2%	25.7%	23.4%	24%	26%	27.6%	24.6%
Compilations /Best of	25,5%	19,1%	17.6%	22.3%	22.8%	22.7%	22.2%	22.6%	23.7%
Classique	3,5%	4,1%	4.7%	5%	5.8%	5.8%	6.5%	6.3%	5.7%
Jazz	2,6%	3,2%	3.9%	2.8%	2.8%	3.4%	3.1%	3.9%	3.3%
Techno-jungle-house	0,8%	0,4%	0.6%	0.3%	1.9%	3.5%	2.6%	2.7%	2.6%
Rap-hip hop	0,9%	0,3%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.4%
World-reggae	2,3%	2,8%	3.2%	3.2%	3%	3.1%	3%	2.6%	2.5%
Soul funk-R&B	0,9%	0,3%	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.4%	0.5%
Bandes Originales de Films	1,7%	1,8%	2.9%	1.8%	2.1%	1.6%	1.2%	1.3%	1.5%
Autres	6%	4,3%	5.6%	5.6%	4.7%	4.6%	5.5%	7.1%	7.8%

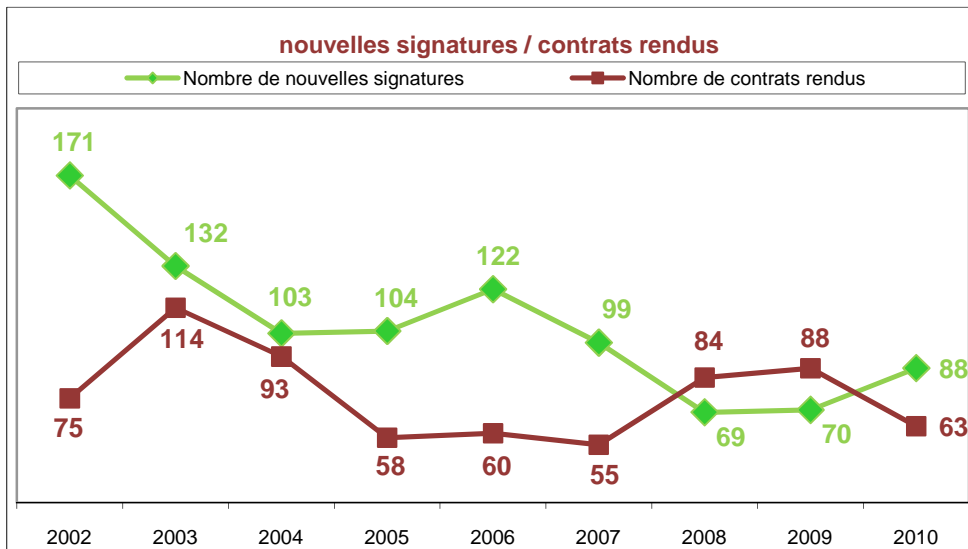
LES TABLEAUX DE BORD DE LA PRODUCTION

ANNEE 2010

Ces chiffres proviennent des sociétés suivantes : EMI Music France, SONY Music Entertainment, UNIVERSAL Music France et WARNER Music France.

- Le nombre d'albums commercialisés est en baisse de 3 % : 946 albums en 2010 contre 973 en 2009.
- Le nombre de singles commercialisés chute de 13 % : 109 singles en 2010 contre 125 en 2009.
- 88 nouvelles signatures d'artistes en 2010 pour 63 contrats rendus : le solde des signatures d'artistes redevient positif après deux années consécutives de déficit.
- Les investissements marketing régressent de 11 % : 63.9 millions d'euros en 2010 contre 72.1 millions en 2009.





LES CLASSEMENTS DES MEILLEURES VENTES DE L'ANNEE 2010

Source : GFK Music

Les classements 2010 présentés cette année sont fusionnés, c'est-à-dire qu'ils sont réalisés en comptabilisant à la fois les ventes physiques et les ventes numériques.

La hiérarchie des titres/albums vendus tient donc compte de l'ensemble de leurs modes de distribution.

Des raisons techniques ne permettent pas encore de faire apparaître le/les distributeurs qui, pour certains titres, sont différents selon qu'il s'agit de l'univers physique ou de l'univers numérique. Cette question sera résolue au cours du premier trimestre 2011. En attendant, seul le nom du label apparaît.

⇒ **Meilleure vente de titres/singles : Shakira « Waka Waka »
Sony Music Jive Epic Group**

⇒ **Meilleure vente d'album : Christophe Maé « On trace la route »
Warner**

Les meilleures ventes de titres/singles en 2010

Ventes totales fusionnées		
1	Shakira	
2	Stromae	
3	René la Taupe	
4	Sexion d'Assaut	
5	Ke\$ha	
	Ventes physiques	Ventes numériques
1	René la Taupe	Shakira Featuring Freshly ground
2	Shakira	Stromae
3	Stromae	Sexion d'Assaut
4	Justin Bieber	Ke\$ha
5	Christophe Maé	Shakira

René la Taupe, Justin Bieber et Christophe Maé : classés dans le top 5 physique et absents du top 5 numérique,
Sexion d'Assaut et Ke\$ha : classés dans le top 5 numérique et absents du top 5 physique.

Les 100 meilleures ventes de titres/singles ont représenté en 2010 un volume de 9 millions d'unités dont 12 % dans la distribution physique et 88 % en téléchargement (web et mobile).

Les meilleures ventes d'albums en 2010

	Ventes totales	
1	Christophe Maé	
2	Les Prêtres	
3	Les Enfoirés	
4	Yannick Noah	
5	Jean Ferrat	
	Ventes physiques	Ventes numériques
1	Christophe Maé	Lady Gaga
2	Les Prêtres	Muse
3	Les Enfoirés	Black Eyed Peas
4	Yannick Noah	Christophe Maé
5	Jean Ferrat	David Guetta

Seul Christophe Maé se classe à la fois dans le top 5 physique et le top 5 numérique pour être la meilleure vente de l'année au sein du top fusionné.

Les 200 meilleures ventes d'albums ont représenté en 2010 un volume de 17 millions d'unités dont 94 % dans la distribution physique et 6 % en téléchargement (web et mobile).

Tous les classements sont disponibles sur musiqueautop.com

LES CHIFFRES CLES DE LA RADIO EN 2010

Réalisé par Yacast

Deux faits marquants pour l'année 2010 en radio.

- **Une baisse très sensible des titres francophones et plus particulièrement des nouveaux talents dans le classement des 100 meilleures diffusions.**

- Seulement 30 titres francophones parmi les 100 premiers soit 11 % de moins qu'en 2009 et 28 % de moins qu'en 2007,
- Seulement 11 nouveaux talents parmi les 100 premiers (18 nouveaux talents recensés auxquels il conviendrait de soustraire 7 duos qui, au regard des définitions, sont considérés comme des nouveaux talents), contre 25 en 2009 soit une baisse de plus de la moitié.

- **Moins de relais pour le format pop/rock**

Les 3 principales radios pop/rock ont changé de format :

Oui FM ↪ gold - Le Mouv ↪ talk -Virgin ↪ généraliste

Numéro 1 du classement général de l'année 2010

Sean Paul et Zaho « Hold my hand » (WEA/Warner)

27.095 diffusions / 1,2 milliard de contacts*

* audience cumulée sur la période basée sur les enquêtes Médiamétrie (126.000 Nationale, IDF et Médialocales)

Artiste le plus diffusé

Rihanna (Barclay/Universal)

48 479 diffusions / 34 titres différents -3.2 milliards de contacts

Nombre total de diffusions musicales

3.760 764 (contre 3.682 373 en 2009)

Rotation moyenne hebdomadaire par titre (24h/24h)

♦ International : 3.9 diffusions (identique à 2009)

♦ Francophone : 5.4 diffusions (identique à 2009)

Part des diffusions francophones parmi les 100 plus fortes rotations : 30 %

(34% en 2009, 38% en 2008, 42% en 2007 et 40% en 2006)

Nombre de nouveaux talents francophones classés parmi les 100 plus fortes rotations : 18

(25 en 2009, 27 en 2008, 31 en 2007 et 40 en 2006)

LA DIFFUSION DES VIDÉOMUSIQUES A LA TÉLÉVISION EN 2010

Réalisé par Yacast

Numéro 1 du classement télévision de l'année

ZAZ « Je veux » (Play on/Sony Music)
8 055 diffusions/114 millions de contacts

Une baisse très préoccupante de la diffusion des clips



-49%



-26%



-10%

L'année 2010 en télévision a été marquée par une baisse importante de la musique sur M6, notamment des diffusions de clips.

La chaîne a réduit de près de moitié son volume de diffusions avec moins de 10 000 passages sur l'ensemble de l'année et un recul de 60 % du nombre de clips diffusés.

A titre d'illustration, le clip le plus diffusé sur M6 en 2010 (Joyce Jonathan « je ne sais pas ») a cumulé 88 diffusions et 6 millions de contacts, alors que le numéro 1 de la chaîne en 2009 (Charlie Winston) avait touché 13 millions de contacts pour 146 diffusions.

M6 n'a pas été la seule chaîne du panel à revoir à la baisse la place de la musique sur son antenne.

Le nombre de clips diffusés sur MCM affiche une baisse de 25 %, soit 30 000 diffusions de moins qu'en 2009.

La chaîne du groupe Lagardère a programmé sur l'ensemble de l'année 80 000 clips contre près de 110 000 en 2009.

Dans une moindre mesure, Direct Star affiche également une baisse des rotations de clips sur son antenne avec un recul de 10 % en volume par rapport à 2009.