

LA MUSIQUE DIGITALE DANS LE MONDE

Extraits du rapport IFPI 2008 sur la musique numérique

“Une révolution est en marche au sein de l'industrie musicale à l'heure où les maisons de disques s'adaptent au nouveau marché numérique.

Dans le même temps, un autre changement de fond est en route : la responsabilité des FAI au regard de la production des contenus devient une réalité.

Jusqu'à maintenant, les FAI avaient laissé se développer le pillage des droits sur leurs réseaux causant ainsi une dévalorisation de la musique protégée.

Les accords de l'Élysée conclus en France sous l'égide du Président Sarkozy à la suite du rapport Olivettes ont participé activement à ce changement d'état d'esprit. D'autres progrès ont été également accomplis dans d'autres pays ou cours de justice en Europe : Suède, Belgique, Grande-Bretagne, USA et Asie”.

John Kennedy, Président de l'IFPI

1. MUSIQUE ET NUMÉRIQUE : FAITS MAJEURS ET CHIFFRES-CLÉS

- Les ventes numériques mondiales : estimation 2007 avec 3 milliards \$, soit une hausse de 40% par rapport à 2006 (2,1 milliards \$).
- Le nombre de titres téléchargés (y compris les titres issus des albums) a augmenté de 53%, **pour atteindre 1,7 milliards de \$**. C'est aujourd'hui le format numérique le plus populaire.
- Le poids des ventes numériques dans le marché mondial de la musique enregistrée est de 15% **contre 11% en 2006 et 0 en 2003**. Les téléchargements et la téléphonie mobile représentent **30 % des revenus du marché américain, qui occupe le premier rang mondial en matière de ventes digitales**.
- Quant à la part des revenus issus du numérique, l'industrie musicale est en avance sur les autres industries culturelles (hors jeux vidéos). Ces revenus sont largement supérieurs à ceux de la presse (7 %), du cinéma (3%) et de l'édition (2%).
- Il existe aujourd'hui **plus de 500 services de musique numérique** dans le monde, proposant plus de 6 millions de titres, soit 4 fois le nombre de références d'un mégastore de musique.

Mais le développement du marché numérique légal se heurte au pillage des droits

- **10 milliards de fichiers musicaux ont été illégalement échangés en 2007**. Le ratio entre le nombre de fichiers "illégaux" et le nombre de titres légaux **est de 20 pour 1**.

■ **La croissance d'environ 40% des ventes numériques** n'ayant pas compensé la chute des ventes de CD, le marché annuel mondial sera très certainement en baisse significative par rapport à 2006, **probablement proche du résultat du premier semestre 2007 : soit -10%**

RÉINVENTER UNE INDUSTRIE – L'ÉVOLUTION NUMÉRIQUE EN 5 ANS

	2003	2007	
Nombre de services légaux	30	Plus de 500	Un marché légal de musique numérique s'est mis en place durant les 5 dernières années avec une offre de plus de 500 services à la disposition des consommateurs
Titres	1 million	Plus de 6 millions	Les consommateurs ont désormais accès à plus de 6 millions de titres sur les offres légales
Revenus des ventes de musique numérique	Environ 20 millions \$ * *Estimation USA par l'Ifpi	Environ 3 milliards	Les maisons de disques ont créé un marché numérique d'environ 3 milliards \$ en 5 ans, un développement envié par de nombreuses industries.
% du numérique sur les ventes de musique enregistrée	0%	15%	5 ans après la mise à disposition des premières offres légales, 1/6 ^{ème} des revenus de la musique proviennent du numérique et ce chiffre est appelé à croître.
Nombre de formats disponibles par sortie Timberlake "Future"	Moins de 10 avec prépondérance du CD et de la K7	+ de 100	Aujourd'hui, un titre est commercialisé sous de multiples formats, y compris les téléchargements de vidéos, sonneries de téléphone, ou téléchargement sur mobile. Les ventes de Justin Sex/LoveSounds » ont été réalisées sous 115 formes, pour atteindre un total de 19 millions d'unités dont seulement 20% étaient des CDs.

CLASSEMENT 2007 DES 10 MEILLEURS TÉLÉCHARGEMENTS AU TITRE DANS LE MONDE

Artiste	Titre
1. Avril Lavigne	Girlfriend
2. Utada Hikaru	Flavor of Life
3. Rihanna	Umbrella
4. T-Pain	Buy UA Drank (Shawty Snappin')
5. Akon	Don't Matter
6. Soulja Boy Tell'Em	Crank That
7. Shop Boyz	Party Like a Rock Star
8. Sean Kingston	Beautiful Girls
9. Mims	This is Why I'm Hot
10. Beyonce	Irreplaceable

LES FORMATS ET LES OFFRES AU CONSOMMATEUR SE DIVERSIFIENT

- Le téléchargement au titre (le format digital le plus populaire) a **progressé de 53% avec 1,7 milliards (incluant les titres issus des albums)**.
- Les ventes de titres via la téléphonie mobile **sont sur le point de doubler. Elles représentaient 12% du marché numérique au 1^{er} semestre 2007.**
- Hormis l'achat de singles, les consommateurs sont également désireux d'acheter des albums par téléchargement. **Ces ventes d'albums ont enregistré une progression de 40% pour le premier semestre 2007.**

LE DEVELOPPEMENT DE LA MUSIQUE NUMERIQUE VARIE SELON LES PAYS

- Les ventes au titre ont augmenté de 45% aux USA et de 48% en Grande Bretagne
- Le marché des ventes numériques est partagé entre le téléchargement et la téléphonie avec de gros écarts selon les pays :
 - les ventes par téléchargement **représentent 67% du marché numérique américain, alors que 90% du marché numérique japonais est réalisé par les ventes via le téléphone mobile**, la croissance des ventes numériques a permis à ce marché majeur de compenser la baisse des ventes physiques enregistrant ainsi un résultat positif pour l'année.
 - La Grande-Bretagne est le marché européen le plus développé en matière de musique numérique via le mobile.
 - La Corée du Sud est devenue le premier marché dont les ventes numériques ont dépassé les ventes physiques.
 - **Le marché numérique est encore faible en France (7%)** en raison du niveau très élevé des échanges peer-to-peer mais les accords de l'Elysée du 23 novembre 2007 doivent mettre en œuvre un plan d'action en faveur des offres légales avec la coopération des FAI.
 - La Chine dispose d'un immense potentiel de développement mais le marché de la musique numérique est bloqué par le piratage massif et les faibles rémunérations des ayants droit dans le secteur de la téléphonie mobile.

2. CHOIX, ACCESSIBILITÉ, PORTABILITÉ

■ Développement de l'accessibilité des répertoires

Il y a aujourd'hui plus de 500 sites de musique en ligne dans le monde proposant plus de 6 millions de titres. Les maisons de disques poursuivent la numérisation de leur fond de catalogue.

■ **Musique sur lecteurs portables**

C'est un mode d'écoute en très fort développement tiré par l'i-Pod, Zune mais aussi avec les téléphones musique de Nokia et d'Ericsson. La nouvelle génération de matériel propose une convergence croissante entre les téléphones mobile et les lecteurs portables (i-Pod Touch, i-Phone, nouveau lecteur Zune).

■ **La musique enregistrée : un secteur de 130 milliards \$**

La demande de musique a atteint un niveau record : +15% en 2007 selon Nielsen Soundscan. Il s'agit d'un mouvement qui concerne toute la chaîne du secteur : des fabricants de matériel, aux fournisseurs de bande passante, au spectacle vivant, ou aux revenus publicitaires des radios.

Néanmoins, les maisons de disques ne perçoivent pas le bénéfice de cette hausse malgré leurs investissements très significatifs.

■ **Investir dans l'artistique et le marketing : les rôles-clés de la maison de disques**

Les labels ont investi jusqu'à 20% de leurs revenus dans la découverte et l'accompagnement des nouveaux talents.

Les nouveaux canaux de diffusion numérique et les réseaux sociaux ont contribué à renforcer (et non à diminuer) le rôle de l'artistique et du marketing.

Il y a plus d'1,2 million de titres rock et 1,7 millions de titres Rn'B qui tentent de se distinguer sur Myspace : cette multitude de titres de nouveautés accessibles aux consommateurs mettent en avant le rôle indispensable des maisons de disques dans l'univers numérique. Les besoins dans ce contexte sont encore plus aigus que dans le monde physique.

3. MULTIPLICATION DES FORMATS ET DES "BUSINESS MODELES"

Il y a encore 5 ans le nombre de services/formats de distribution se comptaient sur les doigts d'une main. Ils se comptent aujourd'hui par centaines.

■ **Les services de téléchargement à la carte restent le modèle dominant**

- ◆ Aux USA, i-Tunes est devenu le 3ème distributeur de musique après Amazon et Target
- ◆ Les services d'abonnement comme Napster sont en développement particulièrement aux USA mais sont confrontés au problème d'interopérabilité avec i-Pod et d'autres lecteurs, ainsi qu'au manque de marketing à destination du consommateur.

Une nouvelle vague d'offres, impliquant à la fois les opérateurs de téléphonie et les FAI, représente une nouvelle opportunité de croissance avec par exemple : le MusicStation d'Omnifone, le "Comes with Music" de Nokia et l'accord 9 Cegetel/Universal en France.

◆ L'interopérabilité a longtemps été un objectif clé de l'industrie du disque qui a travaillé avec ses partenaires industriels pour développer des solutions technologiques permettant une compatibilité des mesures de protection.

Malheureusement et malgré le potentiel de ces solutions, certains fournisseurs de technologies et matériels n'ont pas encore souhaité s'associer à ces travaux.

Devant cette situation de blocage, certaines maisons de disques ont choisi de mettre à disposition du consommateur des offres de téléchargement sans DRM, qu'il s'agisse d'offres permanentes ou temporaires, en complément des propositions existantes.

◆ Les offres financées par la publicité et les réseaux sociaux sont deux voies qui témoignent des nouvelles formes d'accès à la musique. Les labels et leurs partenaires poursuivent des expériences sur la monétisation de ces nouveaux modèles.

Divers accords ont d'ores et déjà été conclus avec MySpace, Bebo, Youtube, LastFM, et Imeen. Ils sont fondés sur des accords de licence pour la mise en écoute de vidéos musicales en contrepartie de la perception d'un pourcentage des revenus publicitaires.

◆ Les labels ont également développé les offres directes en direction des fans, commercialisant des produits via les sites d'artistes. Les producteurs travaillent aussi sur des accords "360 degrés" qui conduisent les maisons de disques et les artistes à partager les revenus de manière très globale : qu'il s'agisse des ventes des enregistrements, des produits dérivés, des droits d'édition, du sponsoring ou du spectacle vivant.

Enfin, les labels développent des initiatives en matière de partenariat de marques.

Parallèlement au déclin des formes de publicité traditionnelle à la télévision et à la radio, la musique est un atout pour certaines marques qui veulent toucher le consommateur en ligne. Par exemple, le réseau vidéo en ligne "Music Box" de Sonybmj propose des vidéos grâce à des players générateurs de revenus publicitaires sur 600 sites Internet d'artistes et de labels.

4. LE PILLAGE DES DROITS D'AUTEURS CONTRECARRE LA CROISSANCE DU MARCHÉ DE LA MUSIQUE NUMÉRIQUE

◆ Des dizaines de milliards de fichiers musicaux ont été illégalement échangés en 2007.

Le ratio entre téléchargements illégaux et téléchargements légaux est de 20 pour 1.

Le développement du haut débit, tout particulièrement sur des marchés émergents comme la Chine et l'Amérique Latine, conduit à l'extension des réseaux d'échanges illégaux en peer-to-peer.

◆ Les réseaux d'échanges peer-to-peer sur Internet sont encore aujourd'hui la source la plus importante de pillage des droits d'auteur. Des études indépendantes montrent que 50 à 80% de la bande passante des FAI est occupée par les réseaux de peer-to-peer.

◆ Malgré le succès de la musique via les mobiles au Japon, les premiers effets du piratage de la musique sur téléphone portable à grande échelle sont apparus sur ce marché où un tiers des utilisateurs reconnaît télécharger illégalement des titres de manière régulière à partir des réseaux servant les portables.

◆ De nombreuses études indépendantes montrent que les échanges illégaux de musique aboutissent à une baisse des ventes de musique enregistrée.

En Italie, la Fondation Luigi Einaudi a démontré **que 30% des utilisateurs de réseaux peer-to-peer achetaient moins de CD et de DVD alors que 6%** seulement d'entre eux déclaraient en acheter plus.

En Australie, l'étude de l'ARIA (février 2007) montre que 57% des adeptes du téléchargement via le peer-to-peer n'achètent que rarement ou jamais la musique qu'ils téléchargent (démontrant ainsi la substitution directe du peer-to-peer aux ventes légales).

Les pertes de l'économie américaine liées **au téléchargement illégal s'élèvent à 3,7 milliards \$** selon l'étude publiée par l'Institute of Policy Innovation (2007);

La Chine, avec autant d'utilisateurs de bande passante que les USA, mais une politique de contrôle et d'anti-piraterie beaucoup moins efficace, est actuellement l'une des sources majeures de téléchargements illégaux dans le monde.

D'importantes sociétés telles que Baidu, Sohu, Sina et Yahoo! China, ont agi illégalement en facilitant le pillage massif des droits d'auteur.

◆ Le nombre d'adeptes réguliers des échanges illégaux a augmenté de 35% entre 2003 et 2007, l'utilisation de la bande passante ayant quadruplé dans le même temps.

◆ Aux Etats-Unis, **les téléchargements illégaux ont augmenté de 14% en 2007** alors que le développement de la pénétration de la bande passante atteignait +56%.

Selon Jupiter, **17,6% des internautes échangent régulièrement des fichiers**, soit un niveau constant par rapport à 2003.

◆ Le nombre de fichiers disponibles sur l'un des plus importants serveurs de peer-to-peer au monde, "edonkey", a baissé de 40% avec 400 millions en 2007.

◆ Les chercheurs américains du NPD ont démontré que 40% des internautes recourant au téléchargement illégal ne trouvent pas ce qu'ils cherchent (2007).

◆ Les initiatives menées aux Etats-Unis en direction des universités ont permis d'obtenir de leur part le blocage de l'accès aux sites illégaux et la mise en place de règles plus strictes.

◆ L'IFPI a démontré dans une étude que l'idée reçue selon laquelle l'internaute avait un choix plus large sur les réseaux illégaux était fautive : 95% des 70 recherches artistes effectuées ont abouti avec succès sur i-Tunes plutôt que sur Limewire.

◆ Dans les pays où il n'y a pas d'actions judiciaires à l'encontre de ces pratiques, le taux d'échanges illégaux de fichiers est plus élevé. Aux Pays Bas et en Espagne, 28% et 35% des internautes sont des utilisateurs réguliers du peer-to-peer.