

Musique enregistrée

Le secteur de la musique enregistrée a connu une hausse de 8 % de son chiffre d'affaires en 2023

Le secteur de la musique enregistrée comprend, au niveau statistique: le commerce de détail de disques en magasin spécialisé, les plateformes d'écoute en continu ou *streaming*, la production et la diffusion phonographiques et l'édition musicale.

En 2023, le chiffre d'affaires marchand de la musique enregistrée (enregistrement sonore et édition musicale) s'élevait à 2,4 milliards d'euros. Il progresse de 8 % en valeur et de 3 % en volume, du fait d'une hausse soutenue des revenus du *streaming* et d'une légère baisse de ceux issus des supports physiques (CD et vinyles). Cette hausse survient après une hausse en valeur de 6 % en 2022 et de 17 % en 2021 du chiffre d'affaires du secteur¹.

Depuis 2018, le numérique génère plus de revenus que le marché physique et l'écoute en continu est devenue la première source de chiffre d'affaires du secteur

Le marché de la musique enregistrée connaît une mutation numérique de grande ampleur depuis la « crise du disque » apparue au début des années 2000. En effet, selon l'étude du Syndicat national de l'édition phonographique (Snep)², les ventes sur support physique ont fortement décliné au profit du support numérique. Entre 2007 et 2023, le chiffre d'affaires du marché physique a diminué en moyenne chaque année de 10 % en euros constants. Le marché numérique a connu quant à lui une croissance annuelle moyenne de ses revenus de 13 %, au point de dépasser en volume le marché physique dès 2018 (graphique 1³).

Le *streaming* représente la première source de création de valeur dans le secteur de la musique enregistrée: en 2023, 74 % du chiffre d'affaires provenait du *streaming* – dont 57 % par abonnement et 17 % par les revenus publicitaires et la vidéo –, alors que cette part n'était que de 11 % en 2012 et de 42 % en 2017 (graphique 2).

Cette progression du *streaming* est un phénomène structurel de transformation de l'industrie musicale au niveau mondial: des vagues d'innovation entraînent une succession de formats d'écoute différents, phénomène amplifié par la révolution numérique. Le format physique (CD et vinyles), d'abord concurrencé par le téléchargement, l'est à présent par le *streaming*. En 1999, seul le format physique existait et générait 22 milliards de dollars au niveau mondial. Son chiffre d'affaires n'est plus que de 5 milliards de dollars en 2023, alors que celui provenant du *streaming* s'élève à 19 milliards de dollars. Le téléchargement a connu une hausse de ses revenus entre 2004 et 2012 pour atteindre 4 milliards de dollars avant de redescendre à 1 milliard de dollars en 2023 (graphique 3).

1. Ludovic BOURLÈS et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2023*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », 2024-2.

2. *La production musicale française en 2023*, Snep, mars 2024.

3. Les chiffres du Snep proviennent des données d'un panel auquel est appliqué un taux de couverture des données en volume recensées par OCC, qui succède à GfK à partir de 2021. À cela s'ajoutent des droits voisins et de synchronisation. Les données issues de l'Insee mentionnées précédemment proviennent de données d'entreprises enregistrées au code NAF 59.20 qui incluent l'enregistrement sonore ainsi que l'édition musicale, ce qui en fait un périmètre plus large.

Les Français écoutent de plus en plus de musique, un phénomène amplifié par un engouement pour le *streaming*

En 2018, selon l'*Enquête sur les pratiques culturelles* des Français, 81 % des plus de 15 ans ont écouté de la musique durant les douze derniers mois, cette proportion ayant augmenté de 15 points depuis 1973 ; 57 % des personnes l'ont fait quotidiennement, alors qu'elles étaient seulement 34 % en 2008 (tableau 1). Ce phénomène s'explique par une tendance générationnelle de long terme ainsi que par une pratique de moins en moins distinctive au niveau social. Alors qu'elle était surtout répandue chez les urbains et les plus diplômés, l'écoute quotidienne de musique devient plus largement partagée dans l'ensemble de la population. Les abonnements payants de plateformes de *streaming* sont très plébiscités par les jeunes de moins de 35 ans (52 % des abonnements payants). Selon l'étude du Snep, en 2023, on dénombre 12 millions de comptes et 17 millions d'utilisateurs de *streaming* audio par abonnement. Le taux de pénétration de l'abonnement payant est cependant de 16 % en France, soit un taux inférieur à l'Allemagne (17,5 %), au Royaume-Uni (26,5 %) ou aux États-Unis (30,1 %) (graphique 4). Les Français écoutent en moyenne 18 heures de musique par semaine (21 heures 12 minutes chez les 16-24 ans), soit 4 heures 30 minutes de plus qu'en 2019. Cette hausse est notamment liée à de nouveaux modes d'écoute de musique, en particulier sur l'application TikTok.

La progression du vinyle atténue la baisse du marché physique

Selon l'étude du Snep, la baisse des ventes globales du format physique est légèrement atténuée par une multiplication par près de deux du chiffre d'affaires du marché des vinyles entre 2018 et 2023, qui passe de 47 à 94 millions d'euros en France sur la période, en hausse de 5 % en 2023. Le chiffre d'affaires du vinyle est quasiment identique au chiffre d'affaires du CD (96 millions d'euros). Le vinyle intéresse en majorité une clientèle jeune : 54 % des acheteurs ont moins de 35 ans.

La chaîne de valeur du secteur de la musique enregistrée et les genres de musique écoutés sont relativement concentrés

Quelques grandes entreprises et circuits de distribution participent de façon importante à la structure économique du marché. En 2019, les trois majors, Universal, Sony et Warner, représentent près de 77 % du dépôt légal à la BNF de phonogrammes (graphique 5).

L'écoute de musique se concentre principalement en France sur la pop, le rock et la chanson française, qui représentent 46 % du total des écoutes en *streaming* audio en 2023. Le rap et les musiques urbaines sont également des genres très écoutés, à hauteur de 33 % de la totalité des titres, mais également pour 57 % des 200 titres les plus écoutés sur les plateformes⁴. Près de 40 % du chiffre d'affaires de la musique classique provient du *streaming* et ce chiffre d'affaires a progressé de 19 % en 2023. La musique classique reste cependant à 2 % des ventes globales.

Le *streaming* est la première source de découverte de nouveautés musicales, mais les médias traditionnels conservent un rôle de prescripteurs important

La prescription de nouveautés musicales provient principalement du *streaming* audio et/ou vidéo (pour 49 % des Français de 16 à 64 ans), de la radio (40 %), de la télévision et des films (25 %) et du bouche-à-oreille (19 %). Pour les moins de 25 ans, le *streaming* est une source de découverte pour 61 % d'entre eux⁵.

Les radios jouent encore un rôle important. Elles ont signé une convention avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel (aujourd'hui Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, Arcom) pour respecter des quotas de diffusion de chanson francophone.

4. Source : IFPI Consumer Study 2023, Français de 16 à 64 ans (cité dans l'étude du Snep).

5. *Ibid.*

Elles peuvent choisir entre la diffusion de 40 % de chanson francophone dont 20 % de nouveaux talents et/ou de nouvelles productions, 35 % de chanson francophone dont 25 % de nouveaux talents, ou enfin 15 % de nouveaux talents et/ou nouvelles productions francophones à la condition de diffuser au moins mille titres différents dans le mois avec au moins 50 % de nouveautés, ainsi qu'une rotation maximum ne pouvant excéder cent diffusions d'un même titre dans le mois.

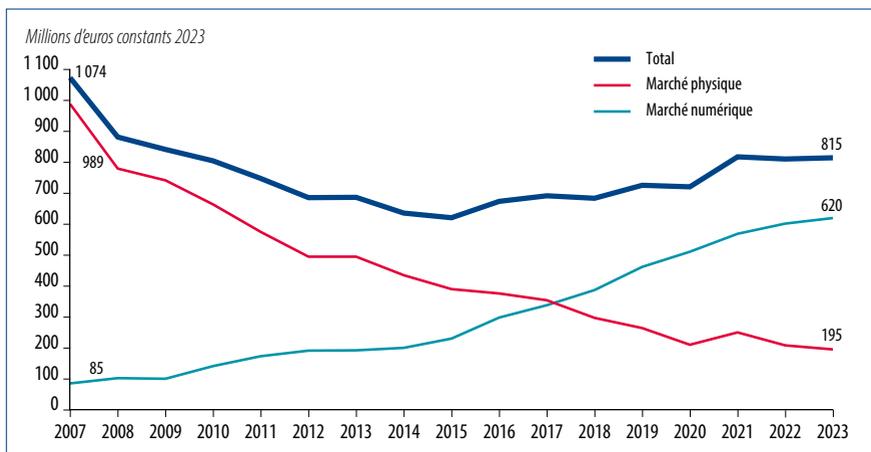
Ainsi, en 2022, les titres francophones ont globalement représenté 35 % de la diffusion (panel de 42 stations de radio). Plus de la moitié (53 %) des titres diffusés étaient des nouveautés, dont 36 % étaient francophones (tableau 2).

Enfin, si l'on observe le top 10 des albums vendus et écoutés en flux (albums en format physique, téléchargement et *streaming*), tous sont francophones. Le rap et les musiques urbaines sont les genres dominants dans ce palmarès, pour huit albums sur dix (tableau 3).

Pour en savoir plus

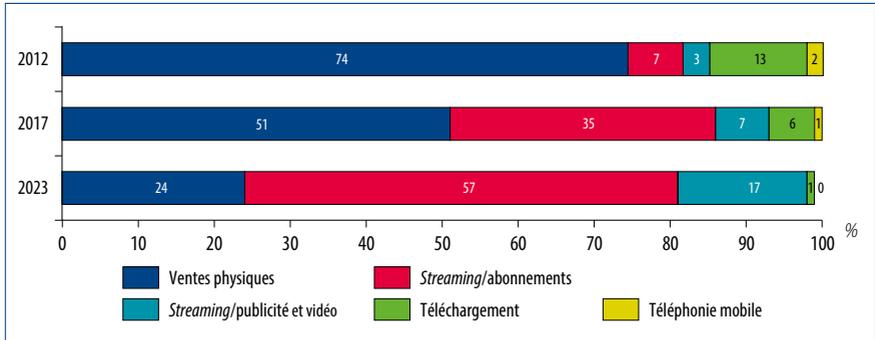
- Loup WOLFF et Philippe LOMBARDO, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2020-2
- Observatoire du dépôt légal, données 2020, Bibliothèque nationale de France, 2022
- *Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage radiophonique. Année 2022*, Observatoire de l'économie de la musique/Centre national de la musique, septembre 2023
- *Global Music 2023*, IFPI, 2023
- *La production musicale française en 2023*, Snep, mars 2024
- Ludovic BOURLÈS et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2023*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », 2024-2
- Nicolas PIETRZYK, *Le Poids économique direct de la culture en 2022*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2024-4

Graphique 1 – Évolution des marchés physique et numérique de musique enregistrée, 2007-2023



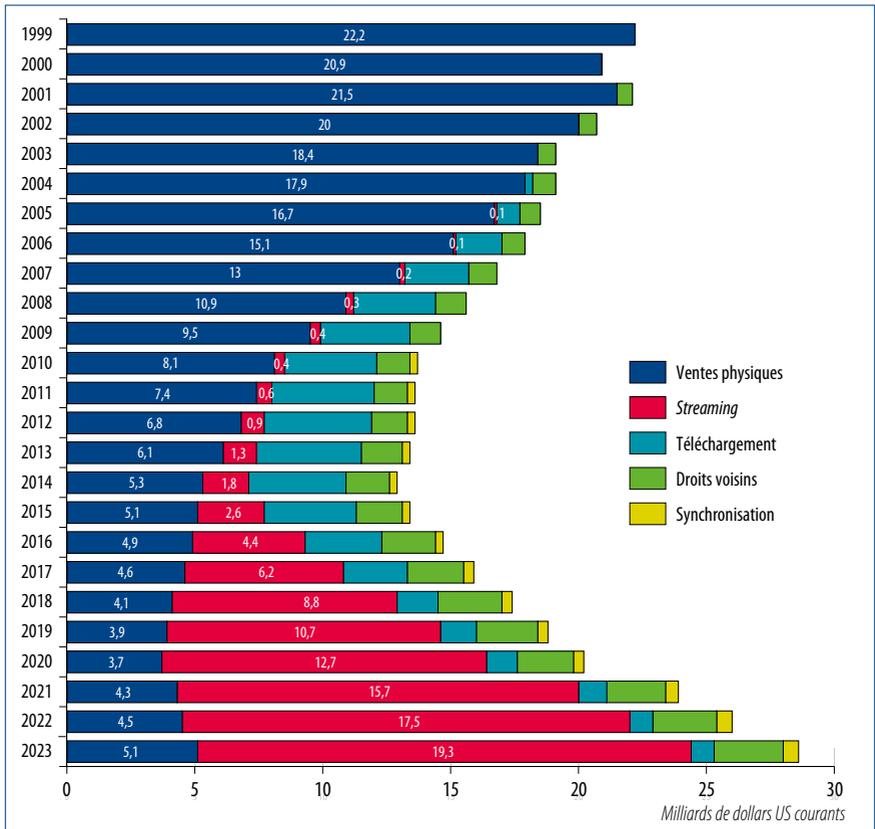
Source : Syndicat national de l'édition phonographique/ DEPS, ministère de la Culture, 2024

Graphique 2 – Répartition du chiffre d'affaires du marché de la musique enregistrée en France selon le support de vente, 2012-2023



Source : Syndicat national de l'édition phonographique/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 3 – Structure des revenus de l'industrie mondiale de la musique enregistrée, 1999-2023



Source : Syndicat national de l'édition phonographique, Global Music Report/DEPS, ministère de la Culture, 2024

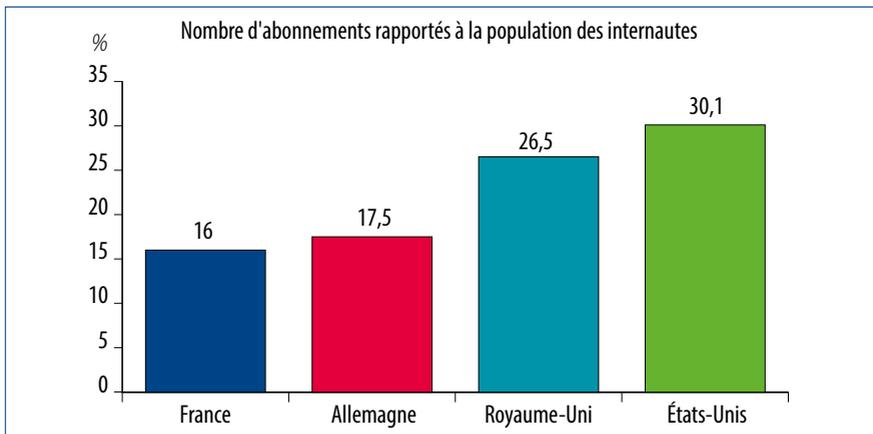
Tableau 1 – Pratiques culturelles : évolution de l'écoute de la musique, 1973-2018

En %

Sur 100 personnes	1973	1981	1988	1997	2008	2018	Évolution 1973-2018
Ont écouté de la musique (hors radio) au cours des douze derniers mois	66	76	73	76	81	81	+ 15 points
<i>dont tous les jours ou presque</i>	9	19	21	27	34	57	+ 48 points

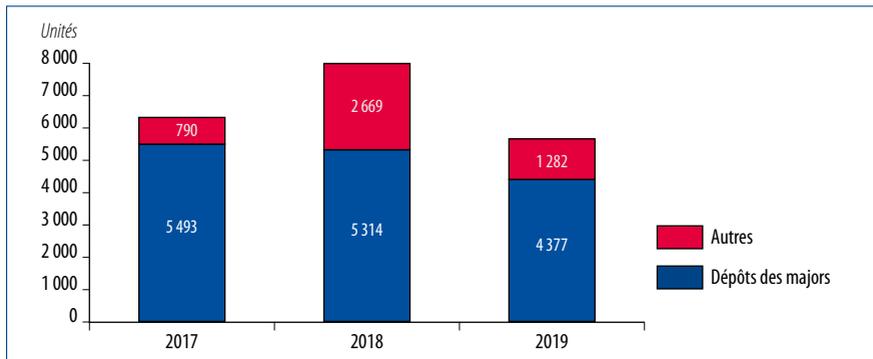
Source : DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 4 – Taux de pénétration de l'abonnement payant à l'international en 2023



Source : Dépôt légal, Bibliothèque nationale de France/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 5 – Poids des majors dans le dépôt légal de phonogrammes, 2017-2019



Source : Dépôt légal, Bibliothèque nationale de France / DEPS, ministère de la Culture, 2024

Tableau 2 – Diffusion de la musique à la radio en 2022

En unités et %

	Nombre de titres	% du total	Nombre de diffusions (en millions)	% du total
Total	135 136	-	7,1	-
Francophonie	21 196	16	2,4	35
Nouveautés	42 750	32	3,7	53
<i>dont francophones</i>	5 336	12	1,4	36
Diffusées plus de 400 fois	2 624	2	5,1	72

Note : panel de 42 stations de radio.

Source : Observatoire de l'économie de la musique – Centre national de la musique/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Tableau 3 – Top 10 des ventes d'album en 2023

Top 10 albums	
Interprète	Album
Werenoi	<i>Carré</i>
Hamza	<i>Sincèrement</i>
Ninho	<i>Ni</i>
Tiakola	<i>Mélo</i>
SDM	<i>Liens du 100</i>
Jul	<i>C'est quand qu'il s'éteint ?</i>
Les Enfoirés	<i>2023 Enfoirés un jour, toujours</i>
Florent Pagny	<i>2 Bis</i>
Djadja & Dinaz	<i>Alpha</i>
Gazo	<i>KMT</i>

Note : méthode de conversion *streaming*/ventes d'albums : les écoutes en *streaming* de tous les titres d'un album sont additionnées (le titre le plus écouté est divisé par 2) et ce volume total est divisé par 1 500 pour obtenir l'équivalent-ventes.

Source : Syndicat national de l'édition phonographique/DEPS, Ministère de la Culture, 2024